

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

SIMONE CRISTINA PUTRICK

O TURISMO NA ROTA DAS EMOÇÕES E NO DESENVOLVIMENTO
SOCIOECONÔMICO DE MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PIAUÍ

CURITIBA

2019

SIMONE CRISTINA PUTRICK

O TURISMO NA ROTA DAS EMOÇÕES E NO DESENVOLVIMENTO
SOCIOECONÔMICO DE MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PIAUÍ

Tese apresentada ao curso de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Aurélio Tarlombani da
Silveira

CURITIBA

2019

Catálogo na Fonte: Sistema de Bibliotecas, UFPR
Biblioteca de Ciência e Tecnologia

P988t

Putrick, Simone Cristina

O turismo na rota das emoções e no desenvolvimento socioeconômico de municípios do estado do Piauí [recurso eletrônico] / Simone Cristina Putrick. – Curitiba, 2019.

Tese - Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências da Terra, Programa de Pós-Graduação em Geografia, 2019.

Orientador: Marcos Aurélio Tarlombani da Silveira .

1. Turismo – Piauí. 2. Desenvolvimento econômico. 3. Turismo – Aspectos sociais. I. Universidade Federal do Paraná. II. Silveira, Marcos Aurélio Tarlombani da. III. Título.

CDD: 306.481908122

Bibliotecário: Elias Barbosa da Silva CRB-9/1894



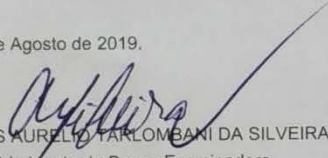
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR DE CIÊNCIAS DA TERRA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO GEOGRAFIA -
40001016035P1

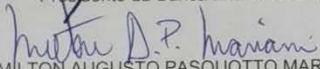
TERMO DE APROVAÇÃO

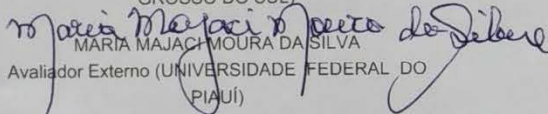
Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em GEOGRAFIA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Tese de Doutorado de **SIMONE CRISTINA PUTRICK**, intitulada: **O TURISMO NA ROTA DAS EMOÇÕES E NO DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DE MUNICÍPIOS DO PIAUÍ.**, sob orientação do Prof. Dr. MARCOS AURELIO TARLOMBANI DA SILVEIRA, após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

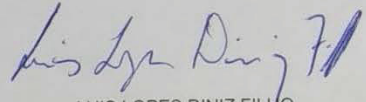
A outorga do título de Doutor está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

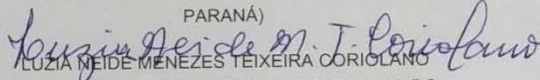
Curitiba, 08 de Agosto de 2019.


MARCOS AURELIO TARLOMBANI DA SILVEIRA
Presidente da Banca Examinadora


MILTON AUGUSTO PASQUOTTO MARIANI
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO MATO GROSSO DO SUL)


MARIA MAJACH MOURA DA SILVA
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ)


LUIS LOPES DINIZ FILHO
Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)


LUZIA NEIDE MENEZES TEIXEIRA CORIOLANO
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ)

Dedico este trabalho a Deus.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, orientador-mor.

A razão de não ter desistido da tese reside em minha filha Ana Clara Putrick Martins, motivação que me faz continuar a lutar, melhorar e crescer profissionalmente e espiritualmente.

Agradeço ao professor Dr. Marcos Aurélio Tarlombani da Silveira, sem sua ajuda, esta tese não teria sido finalizada.

Agradeço a minha mãe Maria Salete Putrick, por me apoiar e confiar em mim, a vida toda, por estar comigo nos momentos de dificuldades.

A minha irmã Mônica Raquel, por me apoiar e cuidar de mim durante a construção da tese.

As minhas irmãs Luciana e Sandra que, de formas distintas, sempre me apoiam e acreditam em mim: A Luciana puxando a minha orelha e a Maninha ensinando que a vida pode ser leve.

Aos meus irmãos Edson e Everaldo, importantes durante esta produção, com presença física que me deixa segura.

Ao meu sobrinho Gabriel, por me ensinar tranquilidade e paciência.

A minha nova família do Piauí: Batista, Socorro, Joanson, Vitor, Natália e Natacha que me acolhem. Obrigada pela generosidade de vocês.

Às amigas Rita de Cassia Alves de Souza e Dulce Hugo, obrigada por acreditarem que vai dar certo, e por estarem comigo durante a pesquisa.

Agradeço aos amigos e amigas Claudinha, Janaina, Acaahi, Bruna, Roberta, Wygma, Rita de Kassia, certa de que quem tem amigos, tem tudo que precisa para ser feliz.

À amiga Professora Shaiane Vargas pelo carinho e atenção.

A Mo Debbagh Greene, paciente e atencioso amor. Obrigado pelas orientações à tese e à vida.

Aos Professores Milton Augusto e Professor José Lopes Diniz por suas valiosas contribuições na banca de qualificação. E por aceitarem fazer parte da banca final.

Às Professoras Maria Majaci, Luzia Neide Coriolano pelas orientações, contribuições para finalização da tese e por aceitarem fazer parte da banca final.

Ao Professor Luis Casa Grande da UEMS, uma das primeiras pessoas a ler e orientar o projeto.

Ao Professor Carlos Renato da UFPE, pela contribuição na tabulação dos dados.

Ao Professor Mauro Cury, por me incentivar a entrar no doutorado.

Ao Professor Miguel Bahl (*in memoriam*) pelas contribuições na banca de qualificação.

A todos os entrevistados que cederam tempo e informações para a construção da tese.

Obrigada a todos que contribuíram para esta produção científica.

“Tudo muda tão rapidamente, que não é possível banhar-se duas vezes no mesmo rio: na segunda vez o rio não será mais o mesmo e nós mesmos, já teremos também mudado”.
(HERÁCLITO DE ÉFESO, 540 a.C.)

RESUMO

O turismo possui representatividades na sociedade, envolvendo aspectos econômicos, sociais, políticos e geográficos. Em áreas científicas, envolve-se a tese “O TURISMO NA ROTA DAS EMOÇÕES E NO DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DE MUNICÍPIOS DO PIAUÍ”, em destaque o enfoque geográfico e turístico e a concepção do turismo territorial. O contexto de estudo é o turismo, no Nordeste brasileiro, precisamente no Piauí, tendo por objeto a Rota das Emoções, enquanto política de desenvolvimento do Estado e municípios piauienses. A relevância do tema está no significado do turismo para a sociedade contemporânea, na produção econômica, associada à organização do território, com crescente interesse pelo estudo da atividade turística, com base em diferentes aportes conceituais. Analisam-se ações governamentais que objetivam promover os territórios turísticos do Brasil, em especial, do Piauí. O método é o dialético para compreensão dos conflitos e contradição do jogo de força das políticas de turismo. Optou-se pelo método dialético por entender que o objeto investigado é produzido e disputado em jogo de força econômica e política. A dialética explica conflitos e contradições evitando dicotomias. A fundamentação teórica contempla pilares teóricos da Geografia, Economia, Turismo e Política. Realizou-se pesquisa institucional e de campo no Estado do Piauí. O Nordeste brasileiro passa por reordenamento sócio-territorial com o PRODETUR e o Programa de Regionalização que institui a Rota das Emoções para promoção econômica do Piauí, Ceará e Maranhão. Investigam-se as mudanças nos municípios da Rota, em especial, no Estado do Piauí, com os seguintes questionamentos: qual a contribuição da Rota das Emoções para o desenvolvimento socioeconômico dos municípios do Piauí? Como o Estado se situa no contexto do turismo do Nordeste? Como se encontra a região turística do Piauí, em que se insere a Rota das Emoções? Como os municípios do Piauí se beneficiam da Rota? Admite-se que o turismo é responsável pela mudança da imagem do Nordeste, mas nega-se o que afirma o marketing que a região foi transformada pelo desenvolvimento socioeconômico em poucas décadas. Refuta-se a hipótese de que Rota das Emoções tem provocado avanços com rebatimentos perceptíveis em questões econômicas, sociais e humanitárias de empresas, sobretudo de residentes e turistas. Defendemos a tese de que as regiões turísticas pouco cresceram economicamente, porque as políticas públicas de turismo do estado são tímidas, apenas áreas da Rota cresceram substancialmente. Objetivos da tese: analisar a contribuição da Rota das Emoções no desenvolvimento socioeconômico dos municípios e crescimento do turismo nacional. Relacionar como o Estado do Piauí se situa no contexto do turismo do Nordeste; identificar os impactos da Rota das Emoções no território piauiense; posicionar o Delta do Parnaíba em relação aos atrativos da Rota das Emoções; conhecer os benefícios gerados nos municípios da Rota no Estado do Piauí. Conclui-se que, apesar da significativa oferta turística, com base em paisagens naturais, os municípios possuem problemas de desenvolvimento, e há fragilidades na estrutura turística. E apesar dos programas e projetos turísticos, as mudanças não são substantivas.

Palavras-chave: Turismo. Rota das Emoções. Desenvolvimento Socioeconômico. Piauí.

ABSTRACT

Tourism has representativity in society involving economic, social, political and geographic aspects. The thesis "THE TOURISM ON THE ROUTE OF EMOTIONS AND THE SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT OF CITIES OF PIAUÍ" is encompassed by these scientific areas, highlighting the geographic and touristic focus and the conception of territorial tourism. The study context is the tourism on Brazilian Northeast, more precisely on Piauí being the object to the Route of Emotions, while developmental policy of the State and cities of Piauí. The theme's relevancy is on the meaning of the tourism for the contemporary society, on the economic production, associated to the organization of the territory with growing interest for the study of the touristic activity based on different conceptual contributions. It analyses governmental actions that targets the promotion of the touristic territories of Brazil, specially of the Piauí. The method is dialectical for the comprehension of conflicts and contradiction in the game of forces of the tourism politics. The theoretical foundation contemplates theoretical pillars of Geography, Economy, Tourism and Politics. An institutional and field research was made in the State of Piauí. The Brazilian Northeast is going through a social-territorial reorganization by the "PRODETUR" and the Regionalization Program that institutes the Route of Emotions to promote the economy of Piauí, Ceará and Maranhão. Changes has been investigated in the cities of the referred route, specially in the State of Piauí, by the following questions: What is the contribution of the Route of Emotions to the socioeconomic development of the municipalities of Piauí? How is the state situated in the context of Northeast tourism? How is the tourist region of Piauí, where the Route of Emotions is located? What are the rebounds of the Route of Emotions in Piauí? What are the advances and setbacks of the Route of Emotions? How do municipalities benefit from the Route? It is admitted that tourism is responsible for changing the image of the Northeast, but denies what the marketing claims that the region was transformed by socioeconomic development in a few decades. It is argued that the Route of Emotions has led to noticeable advances in the economic, social and humanitarian issues of companies, especially residents and tourists. We defend the thesis that tourist regions have grown little economically, because the state's public tourism policies are shy, only areas of the Route have grown substantially. Objectives of the thesis: to analyze the contribution of the Route of Emotions in the socioeconomic development of municipalities and growth of national tourism. To verify how the State of Piauí is in the context of Northeastern tourism; identify the impacts of the Route of Emotions in Piauí's territory; position the Parnaíba Delta in relation to the attractions of the Route of Emotions; know the benefits generated in the municipalities. It is concluded that, despite the significant tourism offer, based on natural landscapes, the municipalities have development problems, and there are weaknesses in the tourism structure. And despite tourism programs and projects, the changes are not substantive.

Keywords: Tourism. Route of Emotions. Socioeconomic Development. Piauí.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – ELEMENTOS DO ESPAÇO TURÍSTICO	59
FIGURA 2 – CÍRCULO DE ATIVIDADES INTER-RELACIONADAS	76
FIGURA 3 – O ESTADO DO PIAUÍ NA REGIÃO NORDESTE DO BRASIL	84
FIGURA 4 – MUNICÍPIOS DO LITORAL PIAUIENSE	90
FIGURA 5 – CRONOGRAMA ILUSTRATIVO DAS PPT	102
FIGURA 6 – DELTA DO PARNAÍBA.....	116
FIGURA 7 – IMAGEM DE SATÉLITE DO DELTA DO PARNAÍBA.....	116
FIGURA 8 – IMAGEM DO DELTA DO PARNAÍBA	118
FIGURA 9 – LENÇÓIS MARANHENSES E ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	123
FIGURA 10 – ÁREA DO PARQUE NACIONAL DE JERICOACOARA.....	125
FIGURA 11 – IMAGEM DAS REGIÕES TURÍSTICAS DO PIAUÍ	127
FIGURA 12 – ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL (APA) DO DELTA DO PARNAÍBA.....	128
FIGURA 13 – CIRCULAÇÃO DE ANIMAIS NA RODOVIA BR-402/PIAUÍ	132
FIGURA 14 – RODOVIA ESTADUAL, BR-402	133
FIGURA 15 – SINALIZAÇÃO RODOVIA BR 402, TRECHO QUE LIGA O MUNICÍPIO DE CAJUEIRO DA PRAIA – PI A CHAVAL – CE.....	133
FIGURA 16 – ALAGAMENTO DA ÁREA URBANA DO MUNICÍPIO DE PARNAÍBA	136
FIGURA 17 – LIXO JOGADO A CÉU ABERTO NA AVENIDA BEIRA RIO - PARNAÍBA/PI	138
FIGURA 18 – ÁREA DE ABRANGÊNCIA DA ROTA DAS EMOÇÕES	141
FIGURA 19 – TERRITÓRIO DE ABRANGÊNCIA E DISTÂNCIAS DA ROTA DAS EMOÇÕES	142
FIGURA 20 – LOGOMARCA DA ROTA DAS EMOÇÕES	146
FIGURA 21 – PRAIA DA PEDRA DO SAL.....	172
FIGURA 22 – BARES DA PRAIA PEDRA DO SAL.....	173
FIGURA 23 – BLOCOS ROCHOSOS PRAIA PEDRA DO SAL	173
FIGURA 24 – EMPREENDIMENTO PRAIA PEDRA DO SAL	177
FIGURA 25 – MAPA MUNICÍPIO DE LUÍS CORREIA – PIAUÍ.....	181

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – MATRIZ DAS SIGNIFICAÇÕES POSSÍVEIS PARA ESPAÇO	57
QUADRO 2 – ELEMENTOS DO SISTEMA TURÍSTICO DENTRO DA GEOGRAFIA DO TURISMO (ESPAÇO, TERRITÓRIO E REGIÃO).....	65
QUADRO 3 – MATRIZ DE COLETA DE DADOS: TIPOS DE INFORMAÇÃO POR FONTE	78
QUADRO 4 – ESTRATÉGIAS PARA IMPLEMENTAÇÃO DO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO	104
QUADRO 5 – PROGRAMAS NORTEADOS PELO PRT	106
QUADRO 6 – CADERNOS E MÓDULOS OPERACIONAIS DO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO	107
QUADRO 7 – MODELO GESTÃO COMPARTILHADA DO PRT	111
QUADRO 8 – UNIDADES DE CONSERVAÇÃO DE USO SUSTENTÁVEL	114
QUADRO 9 – ATRATIVOS TURÍSTICOS DA REGIÃO POLO COSTA DO DELTA	129
QUADRO 10 – DISTÂNCIAS E RODOVIAS DE ACESSO AOS MUNICÍPIOS DO POLO	134
QUADRO 11 – VOOS QUE ATENDEM O AEROPORTO DE PARNAÍBA - PI	135

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – ESTATÍSTICAS DO TURISMO NO BRASIL – BASE 2010 - 2015.....	83
TABELA 2 – PRINCIPAIS ESTADOS EMISSORES E GERADORES DE RECEITA PARA O PIAUÍ.....	87
TABELA 3 – FLUXO TURÍSTICO ESTIMADO DA REGIÃO NORDESTE 2002-2014	88
TABELA 4 – ESTATÍSTICAS DO TURISMO NO BRASIL – BASE 2014-2015.....	89
TABELA 5 – MEIOS DE HOSPEDAGEM DO ESTADO DO PIAUÍ.....	89
TABELA 6 – ORGANIZAÇÃO NÃO GOVERNAMENTAIS.....	114
TABELA 7 – NÚMERO DE ESTABELECIMENTO DE SAÚDE.....	137

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

AGESPISA	– Empresa de Abastecimento de Água e Saneamento Básico do Estado do Piauí
CADASTUR	– Cadastro Único do Turismo
CEPRO	– Centro de Pesquisa Econômica e Social do Piauí
CNC	– Confederação Nacional do Comercio
CNTUR	– Conselho Nacional do Turismo
COMBRATUR	– Comissão Brasileira de Turismo
DENARP	– Departamento de Estratégia Nacional Para a Redução da pobreza
DTC	– Divisão de Turismo e Certames
EMBRATUR	– Instituto Brasileiro de Turismo
FGV	– Fundação Getúlio Vargas
FINOR	– Fundo de Investimento do Nordeste
FUNGETUR	– Fundo Geral de Turismo
IBGE	– Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMBIO	– Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
IES	– Instituto de Ensino Superior
INFRAERO	– Empresa Brasileira de Transporte Aéreo
MKT	Marketing
MMA	– Ministério do Meio Ambiente
MTur	– Ministério do Turismo
PAB	– Programa de Apoio a Aeroporto
PAEG	– Plano de Ação Econômico do Governo
PDITS	– Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo sustentável
PIB	– Produto Interno Bruto
PLANAP	– Plano de Ação para o Desenvolvimento integrado da Bacia do Parnaíba
PNT	– Política Nacional do Turismo
PRODETUR/NE	– Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste

PPA	– Plano Plurianual
PRODETUR	– Programa de Desenvolvimento do Turismo
SEBRAE	– Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas
SENAC	– Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SEPLAN	– Secretaria de Planejamento do Estado
SETUR/PI	– Secretaria Estadual de Turismo do Estado do Piauí
SISTUR	– Sistema de Turismo
MTE	– Ministério do Trabalho e Emprego
ZEE -	– Zoneamento Ecológico Econômico
ZOOP	– Planejamento de Projetos Orientados por Objetivos

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
2	OPÇÃO METODOLÓGICA PELA DIALÉTICA.....	28
2.1	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: CATEGORIAS DE ANÁLISE DA TESE.....	35
2.2	TURISMO E CONCEITOS BASILARES.....	39
2.3	CONTRIBUIÇÕES DO TURISMO PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL	50
2.4	CONCEITOS GEOGRÁFICOS NECESSÁRIOS À TESE	55
2.5	ESTADO, POLÍTICAS PÚBLICAS, PRIVADAS E ALTERNATIVAS.....	69
2.6	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	75
3	ESTADO DO PIAUÍ NO CONTEXTO DO NORDESTE TURÍSTICO	81
3.1	O ESPAÇO GEOGRÁFICO DO PIAUÍ TURÍSTICO	86
3.2	POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO: ENFOQUE NO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO	92
4	TURISMO NA ROTA DAS EMOÇÕES E O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DE MUNICÍPIOS.....	113
4.1	DELTA DO PARNAÍBA E LITORAL DO PIAUÍ.....	115
4.2	PARQUE NACIONAL DOS LENÇÓIS MARANHENSES E MUNICÍPIOS	122
4.3	MUNICÍPIOS DO ESTADO DO CEARÁ E O PARQUE NACIONAL DE JERICOACOARA NA ROTA DAS EMOÇÕES	124
5	REGIÃO TURÍSTICA POLO COSTA DO DELTA NO CONTEXTO DO TURISMO DO PIAUÍ	127
5.1	INTEGRAÇÃO DO POLO COSTA DO DELTA COM ROTEIROS E REGIÕES TURÍSTICAS.....	140
5.2	O MUNICÍPIO DE CAJUEIRO DA PRAIA E AS TRILHAS DO PEIXE BOI E DO CAVALO MARINHO	166
5.3	O MUNICÍPIO DE PARNAÍBA E A PRAIA PEDRA DO SAL	170
5.4	O MUNICÍPIO DE ILHA GRANDE E O DELTA DO PARNAÍBA.....	178
5.5	O MUNICÍPIO DE LUÍS CORREIA E OS EVENTOS RELIGIOSOS	180
6	CONCLUSÃO.....	186
	REFERÊNCIAS	193

1 INTRODUÇÃO

O turismo possui representatividades na sociedade, nos aspectos econômicos, sociais, políticos e geográficos. Explorando-as, a tese intitulada “O TURISMO NA ROTA DAS EMOÇÕES E NO DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DE MUNICÍPIOS DO PIAUÍ” vincula-se ao Programa de Pós-Graduação em Geografia do Paraná. Estuda-se e investiga-se com enfoque geográfico e turístico, trabalha-se a concepção de turismo do ponto de vista territorial. Tem como contexto de estudo o turismo, no Nordeste brasileiro, precisamente no Piauí, a Rota das Emoções, como proposta de desenvolvimento socioeconômico do Estado e municípios.

As primeiras ocupações do território datam de 1606 (NUNES, 1974). O Piauí é um dos nove estados da Região Nordeste do Brasil, com histórico de dependência política, administrativa, econômica e comercial de Estados do Brasil, Rio de Janeiro, Bahia, Ceará, Pernambuco e Maranhão, considerado espaço marginal por muito tempo, pela distância de centros econômicos e políticos e das províncias (MMA, 2000). Algumas dependências se mantêm e repercutem no desenvolvimento do Estado ainda hoje (MMA, 2000). O Piauí está em situação de atraso econômico, em relação a estados nordestinos, apesar do potencial histórico, natural e cultural.

Por muito tempo, a formulação de políticas públicas de desenvolvimento pretere-se em função do posicionamento no projeto de desenvolvimento nacional, com vistas à transferência de recursos federais para o Estado. O território se insere em região mais pobre do Brasil.

Segundo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2016), em termos de Produto Interno Bruto (PIB) per capita de parte do território da região Norte e Nordeste (R\$ 30.411,30). Em relação à Região Nordeste, o Maranhão (9º) e Piauí (8º) permaneceram com os menores PIBs, per capita, em cerca de 40% do PIB per capita do Brasil e de 78% do PIB do Nordeste. Mil trezentos e dezoito municípios de menor PIBs, em 2016, responderam por 1,0% do PIB. Entre eles, 161 estão no Piauí, e representam 50% dos municípios (IBGE, 2016). A economia se desenvolve embasada principalmente em ganhos públicos.

Os gastos com a administração pública atingem 35% do PIB (MTE, 2013), enquanto a média dos estados nordestinos é de 23, 32%. No *ranking* nacional, o Piauí fica atrás apenas de Roraima, Acre e Amapá onde a participação da

administração pública, na formação do PIB, é maior (IBGE, 2010). A renda domiciliar, em 2018, é de R\$ 817,00 reais; quarto menor índice.

A capital Teresina aparece na 21ª posição das capitais, com o maior Produto Interno Bruto (PIB) do país. Responde por 0,29% da riqueza nacional. No *ranking* do Nordeste, Teresina ocupa a oitava posição, à frente de Aracaju (0,26%), capital do estado de Sergipe. Em mais de 90% dos municípios, a atividade econômica predominante é a administração, defesa, educação e saúde públicas e seguridade social.

Em relação a trabalho e renda, a proporção de pessoas ocupadas era de 35.3%, o que traz Teresina em 1º lugar em relação aos municípios. Entretanto 38,6% da população tem rendimento domiciliar mensal de até meio salário mínimo por pessoa. Os serviços são responsáveis por 78% do PIB gerado, seguido do comércio, dos serviços privados. educacionais e de saúde.

A porção sul se desenvolve de forma dinâmica na atividade do agronegócio dedicado à produção de soja. Contrasta com o espaço do semiárido, que passa por períodos de grande seca, e busca diversificação com a apicultura orgânica, com base na organização social da população que utiliza a diversidade da flora da caatinga e do cerrado.

Estudos apontam potencial de recursos minerais, é o caso do gás natural, na bacia do rio Parnaíba, e incidência de minérios, ferro, diamante, calcário, níquel, opala e argila. A indústria de transformação está em fase de redefinição, com melhor desempenho na produção de alimento, bebida e óleo vegetal. O Estado tem melhorado a produção de papel e celulose e abrigado atividades inovadoras, produção eólica, energia solar, biodiesel e indústria farmacêutica. A situação paradoxal e inexplicada por ser estado com tanta riqueza e um dos mais pobres da federação (GOMES, 2011).

A infraestrutura é deficitária, em comparação a estados, com déficit em geração de energia, rodovia, porto, hidrovias, ferrovia e saneamento básico. Mesmo em polos com infraestrutura, como a planície litorânea, onde se localizam os municípios de Parnaíba, Luís Correia, Cajueiro da Praia e Ilha Grande que compõem a área de estudo da Tese, com infraestrutura insuficiente para o desenvolvimento econômico. O atraso no investimento em implantação de infraestrutura tem rebote negativo nas atividades econômicas, inclusive no desenvolvimento do turismo.

O Estado possui variada riqueza natural, com potencialidade para o desenvolvimento da atividade turística. O Ministério do Turismo destaca o Piauí em segmentos do ecoturismo, turismo de aventura, de negócio e cultural (BRASIL, 2013). Com maior destaque dos atrativos do Delta do Parnaíba, no município de Parnaíba, Parque Nacional da Serra da Capivara, em São Raimundo Nonato e Teresina. Atrativos de importância ambiental associada à beleza cênica, em diferentes territórios.

O ecoturismo é um segmento em que o turismo é desenvolvido de forma a não degradar o ambiente natural, patrimonial e cultural, na formação da consciência ambientalista, com vistas ao bem-estar das populações. O turismo de aventura, entendido como práticas de atividades recreativas, em ambientes naturais (BRASIL, 2013). O turismo de negócio relacionado a atividades comerciais, visitas técnicas, reuniões, exposições, compra e venda de produtos e serviços tem similaridade com o turismo de eventos. O cultural vinculado a eventos com vivências de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural, promove o patrimônio material e imaterial da cultura dos lugares (BRASIL, 2013).

Os segmentos apontados pelo MTur se desenvolvem de forma tímida e incipiente na área de estudo. Nos municípios, o principal produto turístico é o litoral. Contudo não se tem como atrativo representativo, nem para o Ministério do Turismo, nem em documentos que norteiam o planejamento econômico do Governo do Estado, Plano de Desenvolvimento Sustentável projetado para 2050.

Os municípios de São Raimundo Nonato, Parnaíba e Teresina integram o Programa dos 65 Destinos Indutores do Turismo Brasileiro. O projeto tem em vista a capacitação de atores para a melhoria da gestão, do planejamento estratégico e fortalecimento da governança e inter-relação dos destinos, em regiões em que se inserem (BRASIL, 2013).

O mapeamento da realidade de 65 destinos turísticos nacionais, pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), do ano de 2009 a 2015, para aferição do Índice de Competitividade de destinos. O projeto finalizado em 2015 não disponibiliza os resultados aos atores locais, porém o Piauí não cresceu nos resultados. Não houve articulação entre os atores da governança e a inter-relação dos destinos é fraca, quase inexistente, comprometendo gestão e planejamento estratégico projetado.

No Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR), avança-se para o Programa de Regionalização do Turismo, quando se estabelecem sete polos turísticos: Polo das Águas, Polo Aventura e Mistério, Polo Costa do Delta, Polo das Origens, Polo Histórico Cultural e Polo das Nascentes. Somente o Origens e Teresina têm Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS¹), de domínio público. O PDITS - Costa do Delta (2012) - não é de domínio público. A justificativa é que falta consenso entre representantes da Secretaria Estadual do Turismo (SETUR/PI) e a consultoria contratada para o Plano quanto às informações e constatações contidas.

No Mapa do Turismo Brasileiro, estratégia do Programa de Regionalização do Turismo é categorizar os municípios turísticos servindo de instrumentalização de orientação das políticas públicas quando o Piauí define 35 municípios (BRASIL, 2018), em 5 categorias, de A a E. O Mapa do Turismo Brasileiro apresenta o desempenho da economia do turismo no município. Contudo apenas sete estão entre as categorias A, B e C. Outros são geradores de fluxo ou apenas fornecem força de trabalho ou insumos necessários para atendimento aos turistas.

Quatro municípios da área de estudo fazem parte do Mapa do Turismo Brasileiro, nas categorias B a E. Informações do Mapa e utilização servem para controle e definição do repasse de recursos do Governo Federal. Sobre o fluxo de turistas e visitantes, não há detalhamento da chegada de turistas internacionais no Estado, que representa 2,1% do turismo emissivo e 2,0% do receptivo da demanda doméstica, no Brasil. Estudos, em âmbito nacional e estadual, apontam que o maior fluxo procede de estados vizinhos, 17,3% do Maranhão e 56% do próprio estado. O turismo intrarregional é procedente de partes do Brasil (BRASIL, 2013; FIPE, 2012).

Entre os fatores que contribuem para aumento da demanda turística, estão as facilidades de acesso e, no Piauí, faltam investimentos em infraestrutura. Aeroportos administrados pela Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (INFRAERO): Aeroporto Senador Petrônio Portella, da capital Teresina e Aeroporto Internacional João Silva Filho, do município de Parnaíba. O de Teresina funciona com poucos voos e tem infraestrutura ultrapassada e deficitária. O de Parnaíba está adequado para receber voos com capacidade de até 300 passageiros, com

¹ O Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável é vinculado ao PRODETUR e tido como instrumento de planejamento do Programa e visam orientar o crescimento do setor turístico em uma área geográfica selecionada com foco no planejamento a longo prazo.

localização estratégica para turismo, no entanto, apenas um voo semanal, implementado em alta temporada, subutilizado, pois.

Falta de infraestrutura de acesso à capital Teresina prejudica a atividade turística dos municípios da Rota das Emoções. Além disso, os poucos voos não são atrativos, pelo alto custo das passagens e pela distância de 338 km de Teresina a Parnaíba.

Políticas públicas implementam infraestrutura para o desenvolvimento do turismo. Políticas privadas de turismo regulamentam e estabelecem serviços turísticos que geram empregos formais e informais e desencadeiam transformações com efeito multiplicador. No entanto, transformações infraestruturais não atendem a objetivos sociais, direcionados ao mercado e não ao bem-estar das pessoas (FERNANDES, 2014). O turismo é a atividade econômica que concentra riqueza para determinados lugares e pessoas, sem benefício para núcleos turísticos inoperantes.

A atividade turística, no Nordeste e no Piauí, se dá de forma convencional e alternativa. A primeira voltada ao mercado e geração de lucros. E a alternativa desenvolvida pela comunidade que oferece produtos culturais em pequenos negócios para superação da pobreza.

Por meio de políticas públicas e privadas, implementa-se a Rota das Emoções, roteiro turístico integrado, formado pelos estados do Ceará, Piauí e Maranhão, em quatorze municípios, e três grandes atrativos: Praia de Jericoacoara (CE), Delta do Parnaíba (PI) e Lençóis Maranhenses (MA). A implementação da Rota se deu, em 2004, com a reestruturação econômica e política da atividade turística no Brasil, pelo Ministério do Turismo (MTur) que traça políticas públicas com o Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil - para desenvolvimento da atividade turística, no território nacional, ao adotar o conceito de região turística para descentralizar e diversificar produtos turísticos.

Verifica-se se a condição de pobreza, nos municípios do Estado, mudou com a Rota ou apenas teve a condição de representante de baixa renda alterada e agora faz parte do pacote indutor do turismo, transforma o pescador, o artesão e agricultor familiar em personagem “produto turístico” vendido na política do turismo.

O tema da tese é relevante pelo fato de significativo crescimento adquirido pelo turismo na sociedade contemporânea e pela produção, consumo e organização do território pelo turismo. Justificado pelo crescente interesse pelo estudo da

atividade, na área geográfica, econômica, e com base em diferentes aportes conceituais para tratamento científico. No próprio turismo há vasto arcabouço teórico; afirma Coriolano (2006) que há teoria científica do turismo, embora alguns não a conheçam. Examinam-se ações governamentais que promovem a difusão territorial turística, no Brasil, em especial, no Piauí.

O MTur propõe roteirização turística ao criar rotas para união de atrativos turísticos dispersos, de forma a organizar e a integrar a oferta turística do País, e a conectar lugares com potencial turístico, com oferta de produtos rentáveis e comercialmente viáveis. Assim, instala-se, na Região Nordeste do Brasil, a Rota das Emoções que passa por três Unidades de Conservação: Parque Nacional de Jericoacoara, Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses e Área de Proteção Ambiental do Delta do Parnaíba, geograficamente próximos sugerindo complementação. A Rota oferece atrativos nos segmentos: turismo de sol e praia, aventura e ecoturismo.

Na década de 1970, o turismo, no Nordeste, se instala nas capitais, sem expressão escalar. O Nordeste passa por redirecionamento a partir do final da década de 1980, com modificação de imagem e realidade da região. Passa de lugar de pobreza, fome e seca, a lugar das praias ensolaradas e corpos bronzeados, lugar de férias e de entretenimento. Deixa de ser região problema, para espaço de solução (ANDRADE, 2005).

Discursos políticos, com vistas à atração de investimentos, transformam o clima seco, em raiz, em causa do atraso da região, no entanto as características naturais não são suficientes para justificação da pobreza nordestina. A ocupação desordenada do território pelos fatores políticos, econômicos e culturais, é causa do agravamento da concentração de renda e poder que intensificam o quadro de pobreza e geram a degradação de solos (ANDRADE, 2005). Assim, limitações técnicas e tecnológicas disponíveis, na região do semiárido, em conjunto com os discursos para atração de investimentos do governo federal, são responsáveis pela manutenção do domínio e poder das oligarquias, nos estados nordestinos (ARAÚJO, 2013).

Programas governamentais de desenvolvimento da atividade turística, em diferentes esferas, passam a ser recebidos pela Região Nordeste. A atividade ganha relevância econômica, na formação da imagem positiva do Nordeste brasileiro. A possibilidade de exploração das paisagens litorâneas induz à elaboração de políticas

de desenvolvimento econômico e promove a reestruturação do mercado imobiliário. O litoral nordestino é convertido em região turística com a adoção de políticas de desenvolvimento, com estratégias de *marketing* que valorizam o litoral (DANTAS; FERREIRA; CLEMENTINO, 2010). A transformação traz mudanças de caráter territorial e econômico, e o turismo desponta como um dos principais vetores econômicos do Nordeste, o que se constata pelo volume de investimentos aplicados na atividade turística.

Calcula-se que, desde 1994, ano de criação do PRODETUR Nacional, investiram-se, no litoral cearense, aproximadamente quase cerca de R\$ 580 milhões, em infraestrutura básica para o turismo: construção de rodovias estaduais e aeroportos, requalificação de regiões costeiras em grandes centros urbanos, implantação de planos diretores municipais, manutenção de acervo patrimonial e histórico, regularização de Áreas de Proteção Permanente (APPs) e Áreas de Proteção Ambiental (APAs), mapeamento por ortofotocartas de regiões costeiras, entre investimentos. No litoral, local do Projeto Rota das Emoções, os investimentos somam mais de R\$ 200 milhões (LOSS; SANTOS, 2011).

As áreas detentoras de patrimônio natural e cultural, em países subdesenvolvidos, têm se tornado alvo de investimentos turísticos. No Brasil, a iniciativa privada utiliza infraestrutura implementada pelos governos e investem na atividade turística. Na região Nordeste, o aporte de infraestrutura se dá principalmente pelo Programa de Desenvolvimento do Turismo na Região Nordeste (PRODETUR/NE).

O PRODETUR/NE surgiu, em 1990, implementado em todos os Estados da Região Nordeste. Tem dimensões regionais, busca promover o desenvolvimento econômico da região, tendo como base padrões de turismo internacional, como Cancun no México, dota a Região Nordeste de infraestrutura, atração de investimentos, captação de fluxo turístico nacional e internacional. O PRODETUR é política pública de caráter estadual, que tem como mediadoras organizações bancárias e o turismo como atividade econômica voltada ao desenvolvimento da região (BARBOSA, 2017).

A Região Nordeste está estruturada em polos turísticos concentrados na zona costeira, onde praia, sol e mar são variáveis importantes para atração de turistas. Os governos estaduais são responsáveis pelas políticas, e, em parceria

com o Banco do Nordeste, pela gestão e captação de recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento.

Em âmbito federal, as políticas do turismo têm estratégias direcionadas ao desenvolvimento econômico, com o PRODETUR/NE I e II, o PRODETUR Nacional e o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), as estratégias são a geração de emprego e o equilíbrio na balança comercial do País, com vistas a diminuir desigualdades regionais (ARAÚJO; DANTAS, 2015). Nesse contexto, políticas públicas são instrumentos para o crescimento turístico, com a melhoria da infraestrutura e oferta de melhores produtos, na Região Nordeste. A espacialização dos recursos dos programas de desenvolvimento do turismo é pautada na construção e reforma de vias litorâneas e aeroportos. Com a atração da dinâmica urbana, as capitais passam a ser polos de recepção e distribuição do fluxo turístico, com preferência aos municípios litorâneos de regiões metropolitanas do Nordeste: Natal, Recife, Fortaleza e Salvador.

Apesar da implementação de programas para fomento da atividade turística, não há desconcentração territorial do turismo com os Programas: Programa de Regionalização do Turismo (PRT), desdobramento do Plano Nacional do Turismo (2003-2007), lançado para expandir a descentralização do turismo por meio da interiorização da atividade turística (BRASIL, 2007). O MTur planeja o turismo de forma integrada, com implementação de regiões turísticas, com roteiros de integração. A Regionalização², como política pública, propõe planejamento, gestão, comercialização integrada da atividade turística com dimensão espacial, além do município (BRASIL, 2007). O Programa de Regionalização do Turismo reestrutura o território em regiões turísticas, e sugere a implementação de novos roteiros como produtos turísticos rentáveis e competitivos, no mercado nacional e internacional.

Entre os roteiros implementados, a Rota das Emoções é conhecida turisticamente, desde a década de 1990. A importância do roteiro destaca-se pela diferenciação de três principais atrativos: Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses que combina dunas de areia com lagoa; Delta do Parnaíba, terceiro maior delta oceânico do mundo; e Parque Nacional de Jericoacoara, com dunas, mangues e lagoas (BRASIL, 2012). O nome Rota das Emoções, atribuído em 2004, no

² A ideia de regionalização do turismo é decisão, que possibilita incrementar o poder atrativo dos destinos turísticos, visando a maior integração entre os municípios, para formatar um produto turístico regionalizado (DREHER; SALINI, 2008, p.5).

Programa de Regionalização do Turismo, assim se denomina por prometer vivência ampla e gerar emoções ao turista, proporcionadas pelas atividades de sol e praia, ecoturismo e turismo de aventura.

Em 2004, parceria entre o Ministério do Turismo (MTur), Ministério da Integração (Min), SEBRAE (PI, CE, MA), cria o grupo gestor com participação da Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS) dos Estados Piauí e Ceará e da Associação das Empresas de Turismo da Rota das Emoções (Aetre), Rota das Emoções oficializada. A Rota, em 2006, é escolhida pelo Ministério do Turismo para fazer parte da Primeira Edição do Projeto de Rede de Cooperação Técnica para Roteirização, MTur em parceria com Sebrae e Senac. No ano de 2009, a Rota é escolhida melhor roteiro turístico nacional, no Salão do Turismo, e conquista o troféu Roteiros do Brasil, como melhor roteiro turístico nacional.

A Rota das Emoções é formada, no Estado do Maranhão, por Barreirinhas, Paulino Neves, Araisos Tutóia e Santo Amaro; no Estado do Ceará, por Barroquinha, Camocim, Chaval, Cruz e Jijoca de Jericoacoara; no Estado do Piauí, por Parnaíba, Luís Correia, Cajueiro da Praia e Ilha Grande.

Apesar da integração da Rota das Emoções, o Piauí, diferentemente dos Estados da Região Nordeste, apresenta fluxo turístico nacional e internacional incipiente. A área de estudo e pesquisa situa-se na Mesorregião do Norte do Piauí, na Microrregião do Litoral, compreende os municípios de Parnaíba, Luis Correia, Cajueiro da Praia e Ilha Grande cuja extensão é de 66 km, com características peculiares do principal produto turístico. A atividade turística da região está em fase de desenvolvimento. Vinculados ao segmento de sol e praia, ecoturismo e turismo de aventura têm infraestrutura incipiente. Entre os atrativos singulares da região, o Delta do Rio Parnaíba reconhece-se como único das Américas em mar aberto, praia, áreas de mangue, floresta de transição e espécies marinhas.

O município de Parnaíba cuja população estimada é de 150.201 habitantes, conta com a melhor infraestrutura social e urbana, e de serviços de interesse turísticos. A economia é baseada no setor primário, atividades agrícolas e extrativismo e dispõe também de atividades vinculadas ao segundo setor e ao de serviços turísticos. Município da Rota das Emoções, Luís Correia tem população de 29.683 mil habitantes, 46 km de litoral, praias extensas e pouco recortado. São atividades econômicas: comércio, pesca, turismo e agricultura de subsistência. O Município de Cajueiro da Praia, com 7.483 habitantes, tem a economia baseada na

carcinicultura e turismo; com praias pouco habitadas, ventos propícios à atividade de *kite surf* e diversidade biológica diferenciada com incidência de peixes-boi e cavalos-marinhos (IBGE, 2017). Ilha Grande, com população estimada de 9.242 habitantes, é a principal entrada de visitantes do Delta do Parnaíba.

No entanto, apesar de belas paisagens, os municípios têm muitos problemas de desenvolvimento e estruturação para o desenvolvimento turístico. Entre os anos de 2004 a 2017, apesar de desenvolvidos projetos na Rota das Emoções, as mudanças não foram significativas.

A Rota insere-se em políticas da Região Turística do Meio Norte na Política Nacional de Desenvolvimento Regional (PNDR), para reduzir a pobreza e melhorar os Índices de Desenvolvimento Humano (IDH) do País (BRASIL, 2012). Segundo dados do Ministério da Integração (MIN), a região possui economia estagnada e baixa renda. Sobretudo, Maranhão e Piauí, cujo histórico retrata o Nordeste brasileiro que acumula problemas socioeconômicos e ambientais representados pela pobreza, seca e falta de educação.

A atividade turística oferece oportunidade de mudança, com abertura de postos de trabalho. O turismo tem possibilitado avanço ao desenvolvimento em municípios, há volume de investimentos econômicos direcionados à atividade turística, mas as mudanças são lentas. Desde o final da década 1980, a Região Nordeste recebe programas governamentais específicos de desenvolvimento turístico e a atividade é direcionada às políticas de desenvolvimento econômico. Para compreensão da realidade, elaboram-se os seguintes questionamentos:

- Qual a contribuição da Rota das Emoções no desenvolvimento socioeconômico dos municípios do Piauí?
- Como o Estado do Piauí se situa no contexto do turismo do Nordeste?
- Qual a posição do Delta do Parnaíba em relação aos outros atrativos da Rota das Emoções?
- Como os municípios do Piauí se beneficiam da Rota?

A tese tem como objetivo geral: Analisar a contribuição da Rota das Emoções no desenvolvimento socioeconômico de municípios do Piauí e crescimento do turismo nacional.

Objetivos específicos em ordem:

- Relacionar como o Estado do Piauí se situa no contexto do turismo do Nordeste;
- Identificar os impactos da Rota das Emoções no território piauiense;
- Posicionar o Delta do Parnaíba, em relação aos atrativos da Rota das Emoções;
- Conhecer os benefícios gerados nos municípios da Rota no Estado do Piauí;

Hipóteses da tese:

A: O turismo é responsável pela mudança da imagem do Nordeste, e o *marketing* apresenta a região transformada pelo desenvolvimento socioeconômico, em poucas décadas.

B: A Rota das Emoções tem provocado avanços em políticas de turismo com rebatimentos perceptíveis, em questões econômicas, sociais e humanitárias de empresas, sobretudo beneficiando residentes e turistas.

C: Os municípios turísticos do Piauí pouco cresceram social e economicamente, porque as políticas públicas de turismo do Estado são tímidas, embora em áreas da Rota das Emoções, tenham crescido substancialmente.

D: Os municípios do Piauí estão integrados na Rota das Emoções e o *trade* e os residentes capacitados para o trabalho turístico.

A tese estrutura-se em 5 partes. Na Introdução, primeira parte, contém-se a proposta de tese com definição do objeto, contexto, justificativa, problema, questionamentos, objetivos e hipóteses. Na segunda parte, explicita-se a opção metodológica pela dialética e fundamentação teórica, contemplando teorias geográficas, econômicas, turísticas e sociais. São pilares teóricos: turismo, cadeia produtiva, oferta e demanda, roteiros turísticos, território, região, município, Estado, políticas públicas e privadas. Na terceira parte, estuda-se o Piauí no contexto do Nordeste, espaço geográfico do Piauí e políticas públicas de turismo, com enfoque no Programa de Regionalização do Turismo que sugere roteirizações com a emergência da Rota das Emoções, roteiro regional do Nordeste, compreendendo Piauí, Ceará e Maranhão. Na quarta parte, o turismo na Rota das Emoções, com o

Parque Nacional de Jericoacoara do Ceará, Lençóis maranhenses, com enfoque no Delta do Parnaíba, na participação de pequenos municípios que buscam o desenvolvimento. Na quinta parte: Polo Costa do Delta, do Piauí: Cajueiro da Praia e trilhas do Peixe-boi e do Cavalo-marinho, Praia Pedra do Sal e Ilha Grande, maior ilha do Delta no Parnaíba. Avaliam-se avanços e recuos da Rota das Emoções com ideias prospectivas.

2 OPÇÃO METODOLÓGICA PELA DIALÉTICA

Optou-se pelo método dialético, por necessário ao entendimento de conflitos e rebatimentos do Programa Rota das Emoções, nos municípios do Estado do Piauí. O objeto se insere em realidade política, social e econômica dos territórios.

O Programa de Regionalização do Turismo e o Projeto Rota das Emoções não se analisam isoladamente, levando em consideração contexto social, econômico e político da conjuntura nordestina e piauiense. A instituição do Programa de Regionalização do Turismo, no Brasil, em 2004, com a implantação da Rota das Emoções torna a política objeto de pesquisas acadêmicas em Geografia, Sociologia, Turismo, Administração, entre ciências e disciplinas que buscam melhor compreensão da dinâmica espaço-tempo pelo e para o turismo. As pesquisas desenvolvidas indicam a representatividade da Rota das Emoções e o interesse de ciências na análise das políticas e do turismo no espaço geográfico.

Especialmente a partir da década de 1960, impulsionada pelo fenômeno do capitalismo e busca de nivelamento das economias, a geografia tem interesse pelos estudos em turismo, e vice versa. Trabalho antigo, quando do uso da expressão Geografia do Turismo, data de 1905, escrito por J. Stradner. A colocação mostra que a geografia entende a necessidade de adentrar no campo do turismo, ou leva a geografia a investigar o turismo (RODRIGUES, 2010).

Além disso, para Rodrigues (2010), após décadas da realização de eventos, de avanços em pesquisas, nos trabalhos e em publicações da Geografia do Turismo, desta feita, compreendendo-se leituras de Milton Santos (2008), mesmo depois de décadas, o espaço é o meio onde são vivenciadas realidades com desdobramentos interacionistas, e, a partir daí, recria-se o passado, ajusta-se o presente e fornecem-se subsídios para reconhecimento do futuro. Assim, nesta tese, investiga-se o espaço da Rota das Emoções.

Teóricos vinculam a atividade turística a impactos ambientais; exploração sexual, expulsão de comunidades tradicionais; assim como ampliação de receitas e de divisas econômicas, reformulação da imagem da Região Nordeste; dinamização da cadeia produtiva do turismo; intensificação do processo de urbanização e produção do espaço urbano (BARBOSA, 2017). O campo de pesquisa é vasto.

A abordagem de cunho quantiquantitativo, em nível de profundidade interpretativo para resposta a problemas levantados. Para Rosa (2016, p. 56) “

abordagem qualitativa ajuda interpretar e permite a observação dos fenômenos sociais de maneira intensiva e a participação do universo onde ocorre o fenômeno”. O turismo, por ser processo dinâmico, no tempo e no espaço, redireciona análises e assim se alteram os resultados da pesquisa e teorias. Trabalhos e pesquisas sobre a Rota das Emoções, no Estado do Piauí, compõem o estado da arte da tese e as ações investigativas e analíticas buscam novas teorias para a geografia e para o turismo. As teorias são necessárias para a formação do conhecimento científico, assim explica Kuhn (2011), ao dizer que:

Não temos acesso direto ao que conhecemos, nem regras ou generalizações com as quais expressar esse conhecimento. As regras que poderiam nos fornecer esse acesso deveriam referir-se aos estímulos e não às sensações e só podemos conhecer os estímulos utilizando uma teoria elaborada. Na ausência dessa última, o conhecimento baseado no trajeto estímulo-resposta permanece tácito (KUHN, 2011, p. 244).

A ciência é objetiva e supera a subjetividade do cientista, busca a verdade científica, absoluta, também relativa. Assim como a ingenuidade do senso comum dá lugar à objetividade do cientista. Teorias científicas e discursos políticos tentam explicar o processo de desenvolvimento. Para Coriolano e Lima (2012, p. 44), “teorias são conhecimentos construídos com base no rigor da pesquisa para medir explicações de dado fenômeno, em categoria de análises e conceitos que ajudam a explicar a realidade investigada”. O caminho do processo de investigação científica, com vistas a produzir conhecimento e intervir na realidade (PAVIANI, 2009, p. 61).

O processo é contínuo, sempre leva a se desprender da situação problema, surgindo novas questões, como a própria dialética propõe (BRUYNE, 1986). Com determinadas finalidades, constroem-se políticas, ações e práticas sociais. Então fazem-se discursos com intenções políticas, que nem sempre levam ao desenvolvimento.

O conhecimento é produção intelectual de sujeitos, sob diferentes maneiras de investigação e associação do sujeito ao objeto e de considerar a compreensão da realidade objetiva como produto do conhecimento que advém da análise da relação do sujeito com o mundo, apresentada pelo observar, perceber, determinar, discutir, interpretar e afirmar (ABBAGNANO, 1982). Concebe-se arriscada a tarefa dos pesquisadores quanto à formulação de verdades científicas, transformadas em dogmas (SANTOS, 2002). Produzir conhecimento é um processo multilateral e

evolutivo. Quando se ignoram novas conquistas do saber, limita-se a potencialidade da pesquisa e impede que a ciência seja renovada. Santos explica que:

Por todas essas razões, é imenso o que temos a reformular e a reconstruir, sobretudo porque em nosso campo de trabalho se continua a integrar novas teorias aos velhos conceitos de espaço, como se os elementos formadores deste último não houvessem, eles próprios, mudado de significação, torna-se difícil, senão impossível, atingir uma conceitualização adequada (SANTOS, 2002, p.194).

O conhecimento é dinâmico, principalmente em função da interdisciplinaridade, em que diferentes ramos do saber são transmitidos em várias dimensões e, por isso, a necessidade de revisão. O autor afirma:

A extensão contínua das fontes de informação funciona como um verdadeiro alimentador, cujo efeito de germinação se multiplica em todas as direções. Nenhuma ciência pode ficar imune. Ao preço de insumos involuntariamente recebidos de laboratórios vizinhos, as verdades adquiridas têm de ser revistas e, com a ajuda das novas verdades já impostas aos domínios afins, cada disciplina particular é forçada a modificar, ajustar, melhorar seu próprio esquema de apreensão da realidade (SANTOS, 2002, p.193).

Afirma o autor, a teoria tem que se adequar a novas condições do mundo e à representação da relação entre o novo e o significado original e o velho com novos significados. Testar novas teorias é tarefa árdua, embora conduza à limitação para o avanço da pesquisa. Santos (1999, p.197) questiona “Por que é tão difícil construir uma teoria crítica?” que, para o autor, é a que não reduz a realidade ao que existe, em face do pressuposto de que sempre há alternativas susceptíveis de superação do que é criticável ao que existe. Sentimentos como indignação, desconforto ou inconformismo, perante a realidade, suscitam o impulso de teorizar a sua superação (SANTOS, 1999). Para o filósofo Guy Debord:

A teoria crítica deve comunicar-se em sua própria linguagem, a linguagem da contradição, que deve ser dialética na forma como o é no conteúdo. É crítica da totalidade e crítica histórica. Não é um “grau zero da escrita”, mas sua inversão. Não é uma negação do estilo, mas o estilo da negação (DEBORD, 1997, p.132).

Para Santos (1999), mesmo vivendo no mundo onde há muito para se criticar, formular teoria crítica não é tarefa fácil. A Rota das Emoções, assim como o fenômeno turismo, na totalidade, são alvo de críticas negativas no meio acadêmico,

partindo da visão do turismo como atividade degradante e excludente. Superar a visão é uma proposta da tese.

A visão da concepção dialética, neste trabalho, é embasada na perspectiva, na explicação do movimento e da transformação das coisas que estão em movimento, relacionadas umas com as outras. Para Rousseau (1999), as pessoas nascem livres e só a organização democrática da sociedade leva os indivíduos ao desenvolvimento pleno. O indivíduo é condicionado pela sociedade. Hegel, superou a dialética antiga, pautada na análise dicotômica de objetos e/ou fenômenos opostos, na externalidade (BARBOSA, 2017). O pensamento humano, na conquista e na discussão e confronto de opiniões e pontos de vista, diferentes aspectos do problema, opiniões e contradições são retomados por Hegel na dialética moderna (GILES, 1979; LEFEBVRE, 1983). Para Giles (1979, p.20):

A dialética é o princípio de todo movimento e de toda atividade que encontramos na realidade. Tudo o que nos rodeia pode ser considerado uma instância da dialética. Sabemos que tudo o que existe como finito, em vez de ser estável e último, é antes mutável e transitório. Essa dialética é manifesta no movimento dos corpos celestes, nas revoluções políticas, desde a anarquia até o despotismo, como também nas oscilações emocionais. Tudo o que existe envolve aspectos opostos e contraditórios, pois a contradição é a força propulsora do mundo.

Lefebvre explica que o método representa o universal concreto, e as leis devem ser concretas, e permitirem penetrar em todo o objeto, na realidade. “Com efeito, são as leis internas, necessárias, de todo devir: de todos os objetos e de cada objeto, do universo como totalidade e de cada objeto como parcela do universo” (LEFEBVRE, 1983, p.237).

As leis da dialética são universais e concretas, direcionam a análise crítica do fenômeno de estudo. Spósito (2004) as apresenta como leis que formam o pensamento dialético: transformar a quantidade em qualidade e o inverso; a interpretação dos contrários e a negação da negação.

Na concepção dialética, nada acontece de maneira isolada. Na dialética, os fatos e fenômenos analisam-se no conjunto pelo movimento, internos ou externos, quando se articulam com o universal. É nesse movimento que se penetra sob a aparência, em busca do movimento, se conduz, assim, a uma conexão lógica (LEFEBVRE, 1983).

Na conjuntura globalizada, dominada pelo capitalismo flexível, em que a realidade se apresenta completa e contraditória, a concepção dialética contribui para compreensão da totalidade. A estrutura política e a organização da Rota das Emoções, nos municípios do Estado do Piauí, não se caracterizam como política pública de turismo inédita, nem isolada, das políticas globais. Estão vinculadas ao modelo econômico mundial, daí a necessidade de compreensão da base histórica para o entendimento das realidades socioespaciais.

Na dialética, “o sujeito se constrói e se transforma *vis-à-vis* no objeto e vice-versa” (SPÓSITO, 2004, p. 46). Não há sobreposição do sujeito sobre o objeto ou vice-versa na relação dialética. Quando contradições e teses estão em constante sobreposição e movimento, transformam os processos socioespaciais. Lefebvre (1983) explica que a concepção dialética sobre movimento e contradição:

[...] busca captar a ligação, a unidade, o movimento que engendra os contraditórios, que os opõe, que faz com que se choquem, que os quebra ou os supera. Assim, no mundo moderno, o exame e a análise mostram que as condições econômicas – a própria estrutura das forças produtivas industriais – criam as contradições entre grupos concorrentes, classes antagonistas, nações imperialistas. Portanto, convém estudar esse movimento, essa estrutura, suas exigências, com o objetivo de tentar resolver as contradições (p.238).

Interesses econômicos, sociais e políticos da iniciativa privada, sociedade e Estado são diferentes e geram conflitos, no desenvolvimento do turismo nos municípios do Piauí, na Região Nordeste do Brasil. O planejamento e promoção do turismo requerem investimentos públicos e privados, para estruturação da atividade turística com padrões internacionais. Contudo os recursos são escassos no Piauí, com diversos problemas sociais.

A implementação de políticas públicas que requerem investimentos gera conflitos entre os grupos envolvidos, com interesses individuais e diferenciados, em territórios pobres economicamente, que promovem o turismo de forma convencional e comunitário. Os segmentos turísticos têm objetivos e organização diferenciados, contudo formam única atividade turística, com realidade simultaneamente complementares e contraditórias.

Para Lefebvre (1983), a lei da transformação da qualidade em quantidade, expressa o movimento dialético das alterações, modificações quantitativas contínuas, lentas e insignificantes para modificações bruscas e descontínuas

geradas pelas crises internas. As crises não são isoladas e o salto qualitativo propõe a solução de problemas superando a contrariedade de situações conexas. A crise que se caracteriza em forma de nós e de rede, conforme Lefebvre “Cada ponto de transformação aparece como um ‘nó’ de relações e mudanças; desse modo, o conjunto desses ‘nós’ ou pontos nodais forma efetivamente uma linha” (LEFEBVRE, 1983, p. 239). Assim, o salto dialético implica continuidade do movimento e descontinuidade (aparecimento do novo, fim do antigo), de forma simultânea (LEFEBVRE, 1983). O aprofundamento em conteúdo e conhecimento científico, é um movimento contínuo, de superação constante que permite ao pesquisador apreender a realidade em sua dinâmica.

A análise de políticas públicas enfatiza aspectos de interação, valores, interesses, tomada de decisões dos sujeitos sociais envolvidos e os conflitos de relações de poder (SERAFFIM; DIAS, 2012). A análise da política se diferencia da avaliação pela complexidade que não se resume a identificar erros e acertos para ajustes de novas fases da política. Para Faria (2001), primeiro momento da avaliação das políticas públicas se deu nas décadas de 1980 e 1990. Nos Estados Unidos, a pesquisa avaliativa se encara com ferramenta para formuladores de políticas.

A avaliação se institucionaliza no enfoque *top-down*, processo até final da década de 1980. Com o surgimento de metodologia *bottom-up*, a anterior é substituída (FARIA, 2001). Na América Latina, a função avaliação foi institucionalizada apenas no final da década de 1980, com o propósito de contenção de gastos públicos, melhora da eficiência e produtividade da flexibilização e da capacidade de resposta dos governos, transparência da gestão pública (MELO, 1999). Para Ramos e Schabbach (2012):

A consolidação de sistemas de avaliação no continente teve forte caráter de indução externa. Dentro de uma perspectiva gerencialista, percebe-se a ênfase dada a implantação dos sistemas de avaliação dos organismos multilaterais, que infestem sistematicamente no processo; disponibilizando assistência técnica, fornecendo financiamento, articulando redes de profissionais, sensibilizando lideranças políticas, acadêmicos e atrelando o financiamento de projetos à exigência de avaliação (RAMOS; SCHABBACH, 2012, p.1283).

Consideram-se os relatórios de avaliação Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, da Rede de Regionalização do Turismo para efeitos de

análise nesta pesquisa. Apresentam dados avaliativos e informativos quanto à história da implementação da Rota das Emoções: alcance de metas; problemáticas, resultados positivos e negativos, e ações a serem consideradas para execução da nova fase do Programa. Dessa forma, os relatórios disponíveis constituíram importantes fontes de pesquisa documentais que tratam do programa de turismo.

As fases do Programa da Rota das Emoções foram analisadas de forma a atingir proposições indicadas na tese, o que se deu de forma não linear. Com estudos sobre a análise de políticas públicas, o modelo visualmente pensado para a organização dos estudos sobre o Programa da Rota das Emoções assemelha-se à espiral, modelo utilizado pela leitura de Lefebvre (1983), sobre o modelo de concepção dialética. A realidade é observada não de maneira linear circular, mas de forma a demonstrar a real evolução, por meio de mudanças socioespaciais e temporais (LEFEBVRE, 1983). “A história projeta-se para frente, sem repetições, por superação de contradições, portanto, a cada movimento um novo momento” (SUERTEGARAY, 2005, p.26).

Para Lefebvre (1983), na transformação do pensamento da sociedade, revela-se o movimento em espiral, com retorno acima do superado com vistas a dominá-lo e aprofundá-lo, para então elevá-lo de nível, para libertar-se da unilateralidade. Assim, realiza-se a análise do movimento, com implicação de determinações: continuidade e descontinuidade; aparecimento e choque de contradições; saltos qualitativos, superação (LEFEBVRE, 1983). Para Suertegaray (2005), o sentido da análise dialética e a compreensão de que o conhecido é um momento do processo, a totalidade nunca alcançada que se dá por quem investiga. Analisa-se o processo de implementação e consolidação da Rota das Emoções nos municípios, como política pública de turismo nos diferentes territórios, desde o ano de 2004 até o ano de 2016.

As abordagens quantiquantitativas, com uso de dados primários e secundários, entrevistas e produção de acervos fotográficos. A metodologia crítica, com pressupostos para alcance das contradições, conflitos, negação, historicidade e da realidade, tem em vista a apreensão do objeto na totalidade pela análise dialética do fenômeno turismo e do objeto de estudo, Rota das Emoções nos municípios do Estado do Piauí.

Tendo em vista obtenção de respostas aos questionamentos da tese, opta-se por usar concepções dialéticas por considerar que a atividade turística é realizada sob jogo de

força e pressão política. Entretanto Gadotti (1990, p. 14): “o pesquisador deverá manter, [...] isso, uma crítica e uma autocrítica constante, uma dúvida levada à suspeita, e a humildade, [...], para reconhecer cotidianamente as limitações do pensamento e da teoria”.

Para compreensão da problemática e do contexto que interfere em políticas, identificam-se os conflitos e contradições, rebatimentos e embates que perpassam nos municípios da Rota das Emoções. Os sujeitos da pesquisa são representantes do governo, empresários e residentes, por se compreender que o objeto da análise nunca é inteiramente compreendido. A tese tem subjetividades, contudo as teorias auxiliam na chegada ao mais próximo da realidade investigada.

2.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: CATEGORIAS DE ANÁLISE DA TESE

Não há como fazer o reconhecimento e análise de políticas públicas do espaço territorial para o âmbito acadêmico, sem buscar, na literatura, o respectivo embasamento conceitual e teórico dos principais eixos norteadores. A base teórica de sustentação da análise remete a conceitos da ciência geográfica, do turismo e de ciências sociais. Utilizam-se conceitos para melhor compreensão das dinâmicas socioespaciais da Região Nordeste e dos territórios nordestinos, em que o turismo, por meio da política pública da Rota das Emoções, é implementado e impulsionado pelo discurso neoliberal, apoiado e refutado pelos grupos sociais atuantes na produção e reprodução do espaço geográfico.

Todos os eixos são responsáveis pelo embasamento de objetivos percorridos, deixam em evidência critérios epistemológicos, para isso, buscam-se, na literatura, estudos basilares de argumentação, e destacam-se os conceitos de Turismo, Segmentos Turísticos, Cadeia Produtiva do Turismo, Políticas Públicas do Turismo, que norteiam e embasam a teorização do objeto de estudo.

A compreensão da dinâmica dos espaços e territórios turistificados se dá pelo entendimento de relações de poder entre Estado, empresa, força de trabalho, residente e turista.

A atividade turística como qualquer atividade econômica provoca impactos positivos e/ou negativos na economia. Os impactos ocorrem em diferentes setores. Wong (1996) apresenta o exemplo dos Estados Unidos, onde o impacto, na economia, se dá pelo consumo de produtos e serviços que resultam na geração de emprego de serviços turísticos suplementares, o que fortalece diferentes setores da

cadeia produtiva do turismo, além do recebimento de impostos e taxas pelo governo. Para Barbosa (2017), experiências na Região Nordeste:

Mostram a sobreposição da autonomia dos governos, que em favor do mercado, veem o turismo como estratégia de competitividade e de acumulação acelerada do capital. Diferente dos países e economias mais desenvolvidas que apresentam infraestrutura já implementada, ampla oferta de atrativos artificializados, tais como zoológicos, aquários, museus, teatros, a região do Nordeste do Brasil, apresenta maior carência nesse aspecto e destaca-se em especial pelos atrativos naturais e receptividade dos nordestinos. Fatores, no entanto, que não consolidam a atividade turística por muito tempo sem que haja um planejamento político satisfatório (2017, p. 42).

A infraestrutura básica instalada contribui para a modernização do espaço urbano. O setor de serviços se estrutura como principal setor econômico de capitais, com atividades vinculadas ao comércio, no turismo. O litoral é valorizado e influenciado pelos hábitos europeus, espaço dinâmico com novos significados e relações contraditórias.

Seguindo a tendência mundial, nas cidades litorâneas, residir próximo ao mar passa a ser privilégio. Com tendência de litoralização (DANTAS *et al.*, 2006), ocorre aumento da especulação imobiliária, cidades litorâneas constituem atrações importantes para turistas e investimento de capital nacional e internacional.

O capital estrangeiro, em especial potencializa o crescimento da atividade turística. O litoral é ocupado pelas comunidades pesqueiras, prédios residenciais, hotéis, casa de veraneio, adequados e preparados para receber visitantes. Espaços de serra e chapadas, de clima mais ameno, são comercializados como destinos complementares ou concorrentes ao turismo litorâneo. Barbosa (2017) diz que a atividade turística do Nordeste se inicia em metrópoles e litorais, artificializando-os e urbanizando. Com a urbanização turística, há funcionalização dos espaços, onde entram em jogo questão do poder, dominação capitalista, vinculado ao serviço.

A urbanização vinculada ao turismo, não gera cidades turísticas, mas fragmentos urbanos voltados a atendê-lo. Infraestrutura urbana e serviços básicos importantes para atender moradores são implantados principalmente para atendimento da demanda turística.

O território turístico da Rota das Emoções torna-se espaço valorizado, nos quais destinos litorâneos têm grande destaque, principalmente pela mídia. O turismo é uma atividade altamente contraditória. Existem grupos que defendem a atividade

como capaz de gerar emprego e renda e de gerar o desenvolvimento sustentável, há o discurso dos que combatem o turismo, em decorrência dos impactos socioeconômicos ambientais gerados em muitos lugares.

O turismo é abstração e, por isso, não responsável pelos impactos sobre o espaço (CORIOLANO, 2007). Os responsáveis pelas transformações positivas ou negativas são empresários, pessoas dos grupos sociais, comunidade, instituições públicas e turistas. Cada qual à sua forma atua como sujeito social da transformação do espaço,

Na Região Nordeste, o turismo hegemônico é o convencional, e, entre os segmentos que se expandem, estão turismo comunitário, ecoturismo e turismo de aventura. O comunitário surge como opção diferenciada para promoção de lugares e para alternativa de trabalho de muitas famílias. A lógica da segmentação é ter, na comunidade e nos turistas, os principais sujeitos de produção do espaço.

A Região Nordeste é pioneira na organização do eixo comunitário, no Brasil, com experiências da Rede Cearense de Turismo Comunitário – Rede Tucum; pela Fundação Casa Grande - Memorial do Homem Kariri, no Ceará; pela Associação Zulu Angel, do Rio Grande do Norte; pela Cooperativa de prestação de Serviços Técnicos e Agropecuários de Pernambuco (Cooperata), em Ipojuca, Pernambuco; pela Associação Grãos de Luz e Griô, de Lençóis na Bahia, entre outros exemplos (BARTHOLO; SAN SOLO; BURSZTYN, 2009).

Atividade econômica, o turismo é capaz de gerar emprego, renda, divisas, valorização de patrimônio histórico, natural e cultural quando desenvolvido de forma organizada e planejada. Atividade socioespacial, a produção do espaço se dá pelo e para o turismo que visa garantir interesses de grupos dominantes (CASTILHO, 2012). Assim, a atividade se estrutura como possibilidade de revalorização de formações socioeconômicas e territoriais, com diversas formas de uso, ocupação, conflitos e causas.

Para Coriolano (2006), o turismo está estruturado em dois eixos: convencional gerido pelo capital que visa essencialmente o lucro, pelas grandes corporações e cadeias hoteleiras e de viagens; e o eixo do turismo comunitário, construído pelos moradores encarregados de articular, construir a cadeia produtiva, e renda e lucro contribuem para melhor qualidade de vida da comunidade (CORIOLANO, 2003).

Para análise de políticas públicas, na Rota das Emoções, se dá atenção para o turismo convencional. Segundo Moraes (2007), os sujeitos do turismo convencional organizam o espaço geográfico “que obedece a um dado ordenamento sociopolítico do grupo que o constrói” (MORAES, 2007, p.41); novas funções respondem “a uma sociabilidade vigente a qual regula também o uso do espaço e dos recursos nele contidos, definindo os seus modos próprios de apropriação da natureza” (MORAES, 2007, p.41) e transformam em espaço turístico, valorizando-o para grupos sociais da elite.

Políticas públicas do turismo são a fusão entre o político e o econômico, programas atuam territorialmente com a implantação de infraestrutura básica e turística, em destinos e espaços turísticos potenciais. Para Barbosa (2017, p. 48):

No entanto, essa nova visão que é dada sobre o Nordeste a partir do *marketing* turístico traz para a região o peso e a influência do mercado externo sobre a economia nacional. A implantação de infraestruturas e a criação de serviços, mesmo sejam básicos e imprescindíveis para a vida humana, são embutidos nos territórios turísticos e voltados para o atendimento das demandas internacionais e dos padrões externos.

Nesse contexto, reconstroem-se formas geográficas materiais, sociais, políticas, jurídicas, tecnológicas e de informação. Da conjuntura da demanda, surgem as regiões do “mandar” e as do “fazer” (SANTOS; SILVEIRA, 2001). Funções que têm como sujeito o Estado e a iniciativa privada. O Estado muitas vezes atua para atender a grandes interesses internacionais, mesmo não vindo ao encontro das necessidades reais da população, por isso se faz necessária a análise e compreensão do turismo de base local.

O Estado exerce poder e autoridade no território, por meio de regras, leis e normatização. Autoridade, legitimidade, poder e soberania se exercem pelo Estado sobre territórios, turísticos ou não. Pois o Estado “determina quem pode legalmente entrar no território, a documentação necessária para o fazer, e para onde os visitantes podem viajar dentro do país” (MATTHEWS; RICHTER, 1991, p.128).

O planejamento é o principal instrumento de interferência do Estado na economia. A elaboração de planos, programas e projetos, globais e setoriais, permite ao Estado definir e alcançar metas econômicas de fortalecimento. Para Barbosa (2017, p. 48), “políticas fiscais de créditos e artifícios legais que permitam o estímulo ou não de algumas atividades contempladas no plano são recursos clássicos dispostos pelo Estado para demonstrar eficácia do planejamento estatal”.

Assim, o Estado propaga a ideia de que planejar traz soluções, o que muitas vezes não acontece, pois o planejamento tem sido instrumento de acúmulo de capital.

2.2 TURISMO E CONCEITOS BASILARES

O turismo tem posição de destaque no contexto do atual processo de internacionalização da economia, setor estratégico para países e regiões buscarem o desenvolvimento econômico. É uma atividade que apresenta grande potencial de expansão em escala mundial, depende de volume significativo de procura estimulada pelo aumento do rendimento disponível, de motivações para viagem, do crescimento exponencial dos mercados emergentes acompanhado pelo crescimento continuado de mercados tradicionais, mudanças demográficas, sociais e tecnológicas, da diversificação de destinos e da crescente liberalização do setor (TRIGO, 1993; URRY, 1996; SILVEIRA, 2002).

Rápido crescimento de fluxos de turismo internacionais, de novas tendências do consumidor, da digitalização da economia, de questões da segurança e da adaptação às alterações climáticas encontra-se entre os principais desafios do setor do turismo. As mudanças requerem políticas inovadoras e integradas para assim assegurar que a atividade turística se mantenha como setor competitivo e continue a responder, econômica e sustentadamente, nos próximos anos. A necessidade de maior coerência política, de desenvolvimento de estratégias em longo prazo e de envolvimento de atores públicos e privados leva países a procurar novos e mais efetivos modelos de governo e de novas abordagens políticas para superação da fragmentação do setor e apoiar o desenvolvimento turístico. Com maior integração do turismo em planos econômicos e de crescimento nacional, de agendas políticas renovadas, refletem-se as transformações do mercado, e o papel emergente do turismo como ferramenta de diplomacia econômica (OMT, 2014; OECD, 2016; IBGE, 2015).

São inúmeras as compreensões sobre turismo. Para Panosso Netto (2010) e Dall'agnol (2012), quatro as visões: visão leiga, empresarial, acadêmico-científica e autóctone. A visão leiga compreende o turismo como período de descanso, férias, viagens. Na visão empresarial, consideram-se as oportunidades de geração de renda e lucro financeiro advindos da geração e da venda de produtos e de serviços oferecidos ao viajante.

O turismo, na visão acadêmico-científica, relaciona-se à inclusão social, desenvolve ações com vistas a minimizar interferências positivas e negativas; coleta de dados quanti-qualitativos; criação e implementação de políticas públicas de turismo; análise das interfaces e interdisciplinaridade do turismo que envolvam a sociedade em aspectos socioeconômico, político, cultural e ambiental; análise de tendências do desenvolvimento do turismo. A visão do autóctone sofre influência direta ou indiretamente pela prática do turismo.

Na essência, o que diferencia visões são configurações da atividade para os atores, a forma como se comportam, integram em relação ao turismo. Os benefícios e prejuízos do ator, bem como do destino estão diretamente relacionados à eficiência do planejamento, gestão e integração entre eles.

O turismo é significativo e se transforma em política de desenvolvimento de lugares. O turismo, no Brasil, é atividade familiar, caracterizada por pequenos empreendimentos. A atividade valorizava o conhecimento empírico representado pela experiência e pela vivência de colaboradores. O turismo vincula-se à ciência e teorias as explicam. “O cenário descrito não estaria limitado às características do país, ao contrário, reflete uma tendência encontrada em todo o mundo, onde se percebem as transformações sociais e econômicas da atualidade” (MARTINS FILHO, 2014, p. 30).

Com o advento da globalização, ocorrem mudanças no mercado de trabalho. A atividade turística depende de novos conhecimentos e tem, no trabalhador, alguém capaz de tomar decisões de forma criativa e adaptada às mudanças da sociedade. A explicação é que:

De facto, as tendências da globalização refletem-se sobremaneira em todas as atividades económicas que implicam produção, distribuição e consumo de bens e serviços. [...] a crescente integração da ciência e da técnica no quadro da racionalidade instrumental do capitalismo permitiu uma crescente racionalização do trabalho. Como resultado dessas tendências, as qualificações e competências do fator de produção trabalho, adstritas à execução de tarefas concernentes ao modelo de organização do trabalho taylorista-fordista vão sendo progressivamente desestruturadas e desregulamentadas (FERREIRA, 2002, p. 212-213).

No capitalismo, com a globalização, a formação profissional dos sujeitos que atuam em serviços ligados ao turismo deve ser de forma a atender às necessidades do mercado e dos trabalhadores da área, a fim de atingir a qualidade na prestação de serviços no turismo. Para Martins Filho (2014, p. 33):

A importância de satisfazer o turista está centrada no esforço de atender às suas necessidades, para isso a qualidade na prestação dos serviços é fator fundamental que determina o êxito da atividade e que pode ser alcançado a partir de programas de formação e capacitação de recursos humanos que atenda ao *trade* para não criar fatores diferenciadores no processo de atendimento ao turista (MARTINS FILHO, 2014, p. 33).

Qualidade na prestação de serviços e sujeitos capacitados contribuem para a satisfação, divulgação e ampliação por parte do turista de segmentos turísticos visitados. A segmentação do mercado turístico é representada pelos diferentes grupos de consumidores, com critérios homogêneos adotados. Com objetivos diferenciados. Em diferentes ambientes e núcleos receptores (GOMES, 2011). Ainda segundo o autor:

Assim, a segmentação turística está condicionada aos serviços e atrações, aos acessos e facilidades disponibilizadas aos turistas, em conjunto ou individualmente e refere-se aos arranjos necessários para o desenvolvimento do turismo. (GOMES, 2011, p. 43).

Citam-se como exemplos, turismo de negócios, ecoturismo, turismo da melhor idade, turismo rural, turismo comunitário. Contudo a tipologia turística está relacionada ao tipo de turismo que se desenvolve em determinados segmentos. Para Silva (2006), tipologias turísticas correspondem a traços e características identificadas a atividades na prática de turismo. Identifica, dentro do segmento, uma ou mais tipologias turísticas. A condição é comum quando se analisam polos receptores de fluxo turístico que pertencem ou não a rotas turísticas.

As estratégias atuais para reforço da atratividade dos destinos focam-se na diversificação, no desenvolvimento do produto. A segmentação é cada vez maior (turismo rural, turismo gastronômico, grandes eventos, soluções de mobilidade humana) e têm surgido alterações na competitividade (criação de produtos de alto valor acrescentado e ofertas alternativas de baixo custo). Para Silveira (2005, p. 132):

[...] formas alternativas de turismo se inscrevem em uma nova regionalização na medida em que são planejadas como modalidades de turismo mais especializadas, geralmente praticadas em pequena escala, assim como seu desenvolvimento, além de ter de ser economicamente eficaz, deve ter como princípio fundamental a conservação ambiental e a melhoria das condições de vida das populações locais.

Os países reconhecem igualmente a importância de garantir de equilíbrio entre promoção da facilitação de viagem, hospitalidade positiva, ambiente seguro, segurança e a proteção das fronteiras. Para Milton Santos (2011), na contemporaneidade, o planejamento transforma o sistema lógico de raciocínio “e impõe um sistema formal, dito pragmático. Uma política econômica determinada a *priori* é, assim, imposta a economia política” (p.15).

O sistema pragmático embasa novas construções de planejamento, das quais, o turismo não é diferente, de que possam resolver demandas sociais, especialmente no embate da pobreza, em países subdesenvolvidos. Nesse sentido, cabe ressaltar os desdobramentos ideológicos que tomam a esfera do planejamento, colocando a ciência do espaço a serviço do capital (SANTOS, 2011). Concorde-se com Santos (2011) que:

A ciência regional e o planejamento eventualmente se fundiram. É praticamente impossível encontrar em periódicos especializados um artigo teórico ou mesmo uma análise sobre espaço social visto como um todo. Qualquer consideração de natureza social é rejeitada em nome do pragmatismo, e só se tem tolerância para com o próprio processo de planejamento. [...] Uma das funções atribuídas ao planejamento regional é a de racionalizar a estrutura interna de dominação e dependência, a fim de ajustá-la aos interesses do sistema e não exclusivamente aos da região dominante (2011, p. 21).

Assim inclui-se o turismo dentro de ciência pragmática, ou seja, o planejamento levando a *priori* à prática, e consequente organização do espaço voltado ao lado pragmático do desenvolvimento, distribuição do capital e demais relações. Assim, no planejamento do turismo, é necessário considerar a identidade regional, além do território. De acordo com Echeverri (2009):

[...] além de possibilitar descrever e caracterizar o território, a identidade serve de orientação ao ordenamento das estratégias de desenvolvimento ao apoiar e definir o caráter das forças motoras que possibilitam avançar ao alcance do bem-estar (2009, p. 108).

O planejamento envolve múltiplos setores da sociedade para que seja possível criar diretrizes, produzir inter-relações e articulações, servindo como políticas interventoras na produção do espaço e no deslocamento de populações, com o fim de promover mudanças nas relações sociais e econômicas (ECHEVERRI, 2009).

Assim, o planejamento do turismo é mais complexo do que se imagina inicialmente, pois deve atender uma rede de fatores. Além disso, Hall (2001), na mesma linha, argumenta que o planejamento turístico deve ser galgado pelos valores embasados na sustentabilidade, cabendo ao poder público, por meio de políticas públicas, exploração de benefícios desenvolvimentistas.

Desta forma, o planejamento do turismo como instrumento da administração política e ordenamento espacial não se entende como panaceia de problemas dos municípios integrados à Rota das Emoções. Para Coriolano (2007), os problemas não são resolvidos pelo planejamento, mas sim a filosofia que embasa os planos, ou seja, o que está inserido no planejamento.

No planejamento, ficam embutidas questões como concentração de renda ou distribuição, interesses públicos ou privados, interesses das classes dominantes ou desfavorecidas, turismo convencional ou comunitário. Assim, os objetivos atendidos condizem com os objetivos dos indivíduos que planejam e fazem políticas públicas.

Compreender o ordenamento territorial é fundamental para se trabalhar com ferramentas que possibilitem desenvolvimento. Dentro dos conceitos e territórios apresentados, neste capítulo, as relações dos indivíduos ocorrem, onde transitam e se alocam. Assim, o ordenamento territorial trabalha com movimentos que, no território, ocorrem, sem concordar com o conceito segundo o que, o território seja apenas espaço geográfico. Porém não é interesse deste estudo aprofundar-se na amplitude de ordenamento territorial e diferenças de abordagem e profundidade como propõe Camargo (2009), mas apenas trazer breves concepções que possam embasar o desenvolvimento deste estudo.

A expressão “ordenamento territorial”, de acordo com Oliveira (2002), surgiu em 1920, no Reino Unido e na Alemanha concomitantemente, a fim de traduzir os movimentos ocorridos nas cidades, devido ao deslocamento impulsionado grandemente pelo trabalho e impactos em âmbito territorial, onde inicia a busca do “modelo” considerado adequado para atender a movimentação territorial.

Porém, com o tempo, percebe-se que um único modelo é capaz de atender as necessidades dependentes de muitos aspectos, dando espaço, assim, à concepção de políticas públicas. Para busca de argumentos de ordenamento social e políticas públicas, é apropriado recorrer à Carta Europeia de Ordenamento Territorial (CONSELHO DA EUROPA, 1988, p. 9-10), na qual se alude que:

O ordenamento territorial é a tradução espacial das políticas economia, social, cultural e ecológica da sociedade. [...] O ordenamento do território deve ter em consideração a existência de múltiplos poderes de decisão, individuais e institucionais que influenciam a organização do espaço, o caráter aleatório de todo o estudo prospectivo, os constrangimentos do mercado, as particularidades dos sistemas administrativos, a diversidade das condições socioeconômicas e ambientais. Deve, no entanto, procurar conciliar estes fatores da forma mais harmoniosa possível (CONSELHO DA EUROPA, 1988, p.9-10).

Desta feita, observa-se que o ordenamento territorial considera-se ferramenta primordial para o local e/ou regional. Echeverri (2016) aponta que o ordenamento territorial adotado pelas políticas públicas pode ser ferramenta de soluções de problemas diversos, violência, educação, urbanismo social, política, desenvolvimento econômico, entre outros.

As políticas públicas, no âmbito territorial, vão ao encontro da necessidade de trabalhar com o ordenamento de territórios atuantes, ou seja, com o ordenamento territorial. Echeverri (2016) demonstra como políticas públicas são capazes de transformar território a exemplo de Medellín, considerada antes um dos lugares mais violentos do planeta, reconhecida ponto de referência para processos de inovação e inclusão, segunda cidade de importância comercial e industrial da Colômbia.

Assim, políticas públicas direcionadas ao ordenamento territorial para desenvolvimento do turismo se consagraram como uma das principais ferramentas desenvolvimentistas da contemporaneidade.

Hall (2001), argumenta que o planejamento turístico deve ser galgado por valores embasados na sustentabilidade, cabendo ao poder público, por meio de políticas públicas, explorar benefícios para o desenvolvimento. Mas teóricos não críticos analisam o turismo no plano metafísico, ou fora da realidade vivencial.

Não é intuito da tese apresentar detalhes sobre todas as etapas do planejamento turístico, pois isso, por si só, daria outra tese, faz-se, pois, breve consideração sobre roteirização, roteiro, itinerário e circuito pertinentes a uma etapa (ainda que pequena) do planejamento turístico.

Premissas de estudos científicos é que todos os termos utilizados sejam conceituados, ou, ao menos, busquem elucidar os conceitos abordados pela palavra. A roteirização ajuda a compreender o processo de identificação, elaboração e consolidação dos novos roteiros turísticos, o que também requer apontar as necessidades de aumento dos investimentos em projetos existentes ou na melhoria

da estrutura atual. Para o Ministério do Turismo, Roteiros do Brasil, módulo operacional 7, definição de roteirização:

É um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro. Partindo da definição anterior. Pode-se dizer que a roteirização turística é o processo que visa propor, aos diversos atores envolvidos como turismo, orientações para a constituição dos roteiros turísticos. Essas orientações vão auxiliar na integração e organização de atrativos, equipamentos, serviços turísticos e infraestrutura de apoio do turismo, resultando na consolidação dos produtos de uma determinada região. (MTUR, 2007, p. 13).

A roteirização colabora no processo de consolidação de novos roteiros turísticos e indica necessidades de aumento de investimento em roteiros existentes. Bahl (2004) tem roteiro como “descrição pormenorizada de uma viagem ou de seu itinerário. Ainda, indicação de uma sequência de atrativos existentes em uma localidade merecedores de serem visitados”. Itinerário “consiste na descrição de um caminho ou de uma rota especificando os lugares de passagem e propondo uma série de atividades e serviços durante a sua duração” (BARREIRO, 2016), conceito também de circuito, justamente rota de itinerários, no mesmo roteiro. Assim, o estudo desenvolvido compreende o roteiro turístico Rota das Emoções, possuidor de inúmeros itinerários, alguns comercializados, outros pouco conhecidos.

À medida que foi feita incorporação de novas matérias à atividade do turismo, aumentam as dificuldades de precisão de termos usados. Verifica-se que cada especialista tende, naturalmente, a projetar, no setor, um esquema mais teórico que prático. Ação com a qual não concorda, pois, o turismo está intimamente ligado ao planejamento, e o planejamento é pragmático. Várias são as facetas do sistema turístico, não há apenas uma versão explicativa, mas modelos analíticos, na visão de Boullón (2002, p. 38), podem ser: modelo oferta-demanda que centra interesse no funcionamento do chamado turismo comercial; modelo antropológico social que se ocupa das manifestações do ócio e do tempo livre em diferentes sociedades; modelo turismo-industrial que considera a produção em massa, comercialização e lucro.

Na atividade turística, está demanda, pode ser contabilizada de várias formas, como com o total de turistas que afluem à região, país, centro turístico ou atrativo, análise de como se dá ingresso ou se aprofunda de forma a identificar como

são distribuídos os dados entre os serviços oferecidos. Boullón (2002) considera que o rendimento de qualquer atividade econômica se mede quantificando vendas de produtos elaborados, sobre o total da produção.

A pesquisa de demanda é realizada globalmente, ao invés de apreciada em cada centro turístico. Ao ampliar a análise do consumidor, preferências motivacionais e nível de satisfação dos turistas recebidos em determinados centros turísticos. Assim, fica fácil saber o que deve ser construído ou melhorado os serviços, local, regional e globalmente (BOULLÓN, 2002).

No caso do Nordeste brasileiro, especificamente na área de estudo, poucas são as pesquisas realizadas com vistas a identificar o perfil da demanda. Falta de dados compromete a objetividade e utilização de investimento. Em muitos casos, ocorrem sobreposições de esforços e de recursos.

Por oferta turística, entende-se, na análise econômica, a quantidade de mercadoria ou serviço que entra no mercado consumidor, a preço dado e por período determinado (BOULLÓN, 2002, p. 42). No turismo, dada a transitoriedade dos serviços e da demanda, para consumo do serviço, é necessário seu conhecimento. Produto é produto depois de consumido, antes, não passa de oferta.

O processo de venda implica alcance da oferta turística de mercado consumidor, a se deslocar ao lugar geográfico da oferta, com preço não competitivo, a demanda buscará ou não local mais econômico. Em relação ao tipo de consumidor, é necessário o cumprimento de etapas que atinjam o turista potencial e o real, sendo que ao primeiro deve ser apresentado o preço global com as principais características do produto e ao segundo, detalhamento de serviços complementares.

Não existe grupo de bens estritamente turísticos. A oferta turística é constituída pelos serviços fornecidos pelos elementos do empreendimento que atende a consumidores locais e a turistas: o que qualifica a classe do bem é o sistema produtivo, não o tipo de consumidor (BOULLÓN, 2002, p. 44).

Cidade que cuida dos residentes atende bem a turistas. Os bens construídos devem ter como foco o atendimento da população. Pois a infraestrutura que atende a população autóctone, atende o visitante. Por inúmeros diferenciados atrativos, estruturam-se rotas muitas vezes comercializadas sem vinculação com as atividades características, as qualidades são relacionadas a determinado hotel e à empresa de transporte para entre os defeitos dos sistemas promocionais está:

[...] que quando mencionam as atividades que podem ser realizadas em um local turístico, trazem uma lista incompleta, e as descrições adotam um tom literário, carregado de generalidades, o que anula esse esforço, porque ao se igualar o conteúdo de todos esses tipos de mensagens, seu efeito fica neutralizado. [...] Também não é fácil encontrar menções precisas em relação ao preço, com o que se perde um argumento fundamental para atrair o turismo àqueles locais que podem oferecer o mesmo que outros lugares, mas a um custo mais baixo (BOULLÓN, 2002, p. 46; 48).

Os atrativos turísticos são matéria-prima do turismo, deles é que se podem planejar os empreendimentos, diferentemente da infraestrutura que sustenta estruturas sociais e produtivas, chamados de capital social físico, fazem parte da mesma educação, serviços de saúde, moradia, transporte, energia, saneamento.

Equipamentos e fluxos pertencem à cadeia produtiva do turismo. As empresas complementam a cadeia produtiva formando conjunto de organizações, meios de hospedagem, transportadoras e equipamentos de lazer. Além das empresas que têm como foco principal a atividade turística, fazem parte prestadoras de serviços e produtos que atuam de forma indireta para o desenvolvimento do turismo. A sinergia entre as organizações produz o produto turístico final.

O turismo, atividade econômica, interage com cinquenta e duas atividades produtivas da economia. Para Buarque (2008, p. 13), “a cadeia produtiva do turismo explicita a relação entre a cadeia principal e as cadeias a montante e jusante, detalhadas nos elos produtivos que expressam o fluxo de produtos e serviços”. Fazem parte da cadeia principal atividades base do turismo como bares, restaurantes, meios de hospedagem, agências receptivas e emissivas, operadoras de viagem, organizadores de eventos.

A cadeia produtiva do turismo é vista como conjunto das atividades do turismo, elos interligados formadores do negócio turístico. Os sistemas produtivos utilizados pelas empresas da cadeia produtiva do turismo são distintos, valorizam não apenas a dependência entre as partes, mas também representam parte do todo, em que há visão sistêmica de que o todo é maior que as partes (RIVIANE, 2012). Para Araújo (2017, p. 32):

a cadeia produtiva do turismo é vasta e pode variar, utilizando-se de produtos competitivos, com a principal finalidade de aumentar o fluxo de pessoas que se deslocam para determinada área receptora, os destinos turísticos, onde consomem produtos e serviços turísticos.

A cadeia produtiva do turismo, no Nordeste brasileiro, em especial no Piauí, tem, na maioria, empreendedores do exterior ou de regiões do Brasil. Os empreendedores locais são responsáveis pelos empreendimentos de micro e pequeno porte. Os recursos de Instituições financeiras destinados à implantação e ampliação dos negócios da cadeia produtiva não são utilizados. A justificativa é a falta de cultura empreendedora e de capital para investimento. A concentração de instalações e serviços que visam satisfazer as necessidades dos turistas é tida como destino turístico (COOPER; FLETCHER; GILBERT; WANHHILL, 1993). É o local onde o turismo é planejado, desenvolvido e gerido.

Lugares buscam se tornar destinos turísticos, com o fim de receber recursos econômicos advindos de órgãos institucionais. Assim como os benefícios gerados pelas movimentações econômicas entre visitantes, turistas e empresas da cadeia produtiva do turismo. Além da promoção de destinos para fins de investimento e de migração (COOPER; FLETCHER; GILBERT; WANHHILL, 1993). O Produto-destino é entendido por alguns autores (COOPER; HALL; TRIGO, 2011) como a soma de experiências que os visitantes e turistas têm no local, o que o torna difícil de ser quantificado, gerenciado e controlado. O entendimento de destino turístico é primordial. Segundo Buhalis (2000), é a combinação de todos os produtos ofertados, em local específico, onde são planejados, geridos e consumidos, são bens intangíveis, o que proporciona ao turista experiência integrada que, para ser positiva, faz-se necessária a infraestrutura básica e turística, com custo elevado, a longo prazo, os financiamentos devem atingir o maior número de setores produtivos (agricultura, indústria, mineração, turismo).

Uma das funções primordiais da infraestrutura “rede” é vinculada entre si os assentamentos humanos e resolver as necessidades internas, a fim de permitir, nessas duas escalas, a circulação e pessoas, mercadorias, energias e notícias. Quando as linhas e os canais que facilitam esses deslocamentos entrecruzam-se, vai-se formando no território uma trama cada vez mais complexa, à medida que os países progridem em seu desenvolvimento (BOULLÓN, 2002, p. 58).

A infraestrutura turística interna é para atender conglomerados como Cancun, no México, onde existe infraestrutura puramente turística ou apenas urbana que atende residentes trabalhadores do turismo. Para a infraestrutura turística, cria-se nova fonte de financiamento e do usuário principal, há que se avaliar isso quando da destinação de verba pública para os projetos turísticos. Para Boullón (2002, p.

64), existe ainda a superestrutura que compreende organismos especializados da iniciativa pública e privada, que terão como função ordenar o funcionamento das partes que integram o sistema turístico, bem como facilitar a produção e venda dos serviços que compõem o produto.

Na atividade turística, dá-se relação direta entre empresários, esfera pública e sociedade civil, especificamente, por ser o produto disponibilizado intangível, e, sem o consentimento do consumo deste por parte da comunidade, pode ser gerado entrave ao desenvolvimento do setor. Para Nóbrega e Figueiredo (2014, p. 438), estratégia adotada pelo Poder Público, com finalidade de criar ambiente de discussões e reflexões que compete aos interesses da sociedade, pela criação de arenas públicas, isto é, instâncias de governança. O formato de arena é a tentativa de o governo federal descentralizar ações voltadas ao desenvolvimento, com maior participação de representantes de diferentes frentes da sociedade brasileira.

A dificuldade de implementação de programas governamentais tem sido entendida como dimensão crucial, ou talvez mais importante para explicação do insucesso de governos atingirem os objetivos estabelecidos no desenho das políticas públicas.

Dessa forma, prioridades políticas e sociais de atuação, nos territórios, devem ocorrer com enfoque em gargalos do desenvolvimento horizontal territorial, de forma a envolver atores em diagnóstico, (re) planejamento e sistematização da problemática, bem como de possíveis soluções. Fazem parte da superestrutura dois tipos de agrupamento: da administração pública e organizações privadas.

No Brasil, surgiram centros de pesquisa, além do Ministério do Turismo, e, embora o que se diga sobre o efeito multiplicador do turismo, é verdade também que cálculos primários necessitam de atualização, no país e regiões. É mister a revisão do sistema de avaliação e monitoramento da oferta e demanda. Planos e programas não compreendem todos os planos e ações que atores devem seguir ou tomar. Programas e políticas muitas vezes apresentam interesses individuais ou coletivos, de encontro ao interesse da coletividade.

O *Marketing* turístico, promoção e divulgação são formas de comercialização e de vendas de atrativos turísticos. Na cadeia montante, estão as atividades de transporte, construção civil, equipamento para restaurante, bares e hotelaria, indústria moveleira, atividades de patrimônio, natural, cultural e histórico, produção e fornecimento de alimentos e bebidas. A cadeia produtiva a jusante presta serviços

ao turista e utiliza seus produtos. Ainda contempla o comércio em geral, serviços terceirizados, artesanato, empresas de entretenimento e publicidade (BUARQUE, 2008). Todas as organizações pertencentes à cadeia produtiva, de forma direta ou indireta, são responsáveis pela estruturação e consumo do produto turístico.

2.3 CONTRIBUIÇÕES DO TURISMO PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL

O turismo é um setor terciário, setor de serviços, que representa a reestruturação moderna da crise industrial. Os serviços são atividades funcionais e as produções industriais servem de suporte à recuperação do trabalho humano, ao progressivo crescimento das relações industriais, comerciais e financeiras dos diversos mercados internacionais. Restaurantes, agências de viagem, equipamentos de turismo, como um todo, sustentam a mobilidade da mão de obra globalizada, são estratégias de produção do capital. Para Chesnais (1996, p. 187):

O conceito de serviço é definido pelo mais pobre dos métodos: o residual, ou seja, toda a atividade que não pode ser classificada no setor manufatureiro, nem no setor agrícola fica pertencendo ao terciário.

Assim, para que haja mudanças, nesse pensamento há de se compreender o mundo e relações sociais. O turismo necessita de estudos aprofundados e de identificação de sua importância e vinculação a questões financeiras, imobiliárias, urbanização, saúde, entre as relações. Assim propõem-se novas atividades econômicas.

Os serviços empregam mais pessoas que a indústria, entretanto com menor remuneração. Para Coriolano e Lima (2012, p. 104): “[...] o turismo é uma das atividades que mais oferecem oportunidades de trabalho”. As corporações globais são capazes de produzir volume de bens e serviços com menor uso de trabalho e maior qualidade. A situação, entretanto, não acontece em todos os lugares. O tempo todo surgem formas alternativas de trabalho que absorvem mais trabalhadores.

O turismo de base local pode ser considerado o oposto do modelo hegemônico e contraditório. Trata-se do “realizado para atender as necessidades e trabalhadores de um lugar, sem visar apenas ao lucro” (CORIOLANO; LIMA, 2012, p. 104). O turismo faz parte do modelo hegemônico, quando se dá pela exploração de territórios. Ao atender as necessidades do capital, faz parte da missão de

empresas privadas e estatais. O conceito de desenvolvimento está associado à perspectiva de que nações pobres superem o estado de pobreza. Para Coriolano e Lima (2012, p. 105):

E um conceito construído pelos países dominantes que desejam “explicar as desigualdades” entre os países sem entrar no mérito da questão, apenas responsabilizando-os por sua situação desvantajosa em relação a países centrais do capitalismo. Isto é, foi um conceito associado à ideologia de que nações pobres poderiam superar tais problemas, caso caminhassem conforme as regras estabelecidas pelos países dominantes. Essa ideia permeia as políticas nacionais de quase todos os países, desde a Segunda Guerra Mundial.

Todavia dizer que os países pobres percorrerem a mesma trajetória dos ricos, atingindo o patamar de desenvolvimento, não é real, está vinculado à ideologia³. O discurso em torno de desenvolvimento é polêmico, tende-se a repetir de forma ideológica o pensamento. Contudo o discurso pode ter significados diferentes por depender do contexto em que se inserem. Segundo Foucault (1999), no discurso, o poder e o saber se articulam, pois quem fala, fala de algo, de espaço com direito de instituição reconhecida. Orlandi (2000) entende discurso como mediação entre indivíduo e fato, é a palavra em movimento.

Assim, o desenvolvimento precisa ser analisado no todo, pois é um conceito de grande significado. O conceito de desenvolvimento está atrelado a algo positivo, associado ao futuro. Para Coriolano e Lima (2012, p. 105):

Desenvolvimento é um processo multidimensional, territorial, ambiental, econômico, social e cultural. Uma forma de percepção que tem modelado a realidade, produzindo mitos, fantasias, paixões, violências e políticas. Portanto, para tratar da realidade, é preciso deixar explícitos os elementos e os nexos principais que conduzem a lógica do desenvolvimento hegemônico e qual desenvolvimento se pretende alcançar, desde que fuja do proposto pela economia clássica e reduzido ao crescimento econômico.

Na análise do desenvolvimento do turismo, consideram-se os processos multidimensionais de desenvolvimento da organização do território realizada pelos atores sociais, empresas, instituições, sociedades que realizem ações políticas,

³ As ideologias são discursos para esconder, justificar [...], mas as teorias científicas são discurso que se propõem a desvendar, compreender e revelar o objeto estudado. As teorias não são meros discurso, porque precisam ser comprovadas pelo rigor da pesquisa; não o havendo, [...] não passa de ideologia. E há ideologia a favor e contra, de direita e de esquerda (CORIOLANO; SAMPAIO, 2012, p. 44).

econômicas, social e cultural, em modelos de desenvolvimento que aproveitam potencialidades locais dos municípios.

O desenvolvimento modelo do Brasil é copiado de países ocidentais, produz crescimento⁴, mas com custos ambientais e humanos altos, difíceis de calcular. Para Coriolano e Lima (2012, p. 105):

Priorizou-se somente a dimensão econômica, tornando-nos uma nação rica, mas socialmente uma vergonha nacional. Como avaliar índices de infelicidade, resistências e mesmo pobreza e fome? Ocorreu um forte processo de crescimento econômico com pouco benefícios sociais, pois concentrou riqueza, desempregou, impactou a natureza, produziu uma modernização dita excludente.

O desenvolvimento, contudo, apresenta impotência de instituições políticas. Sociedade civil, movimentos sociais e sociedades, fracos e desorganizados politicamente, incapazes de defender seus interesses. E o enfraquecimento do Poder Público em acautelar interesses nacionais.

Analistas discordam do desenvolvimento hegemônico (ESTEVA; NYERERE; STAVENHAGEN; RAHMAN *apud* CORIOLANO; LIMA, 2012). A partir da década de 1970, o desenvolvimento se vincula às pessoas, não mais às coisas. Para Sachs (1974), o desenvolvimento é compreendido como forma de organização territorial, somado a necessidades básicas, prioriza o acesso à água, saúde, educação, lazer, vestuário, habitação, saneamento e transporte. Então, a produção do espaço pelo homem, constitui atividades humanas com respeito ao ambiente, para a realização do trabalho, habitação e lazer.

O desenvolvimento vinculado às pessoas implica organização territorial, ligado a instituições, sociedades e ações econômicas, culturais e políticas que utilizam o potencial local. Segundo Coriolano e Lima (2012), no século XXI, em contexto do desenvolvimento global, surgem resistências com cooperativas, associações, conhecimento. “Modelos alternativos de desenvolvimento minam o modelo hegemônico, buscando sustentabilidade econômica associada à socioambiental, com compromisso e postura ética” (CORIOLANO; LIMA, 2012, p. 109).

⁴ Crescimento e desenvolvimento tem uma relação. Crescimento está centrado na lógica da produtividade a qualquer custo competitividade. O centro não é o homem e sim a acumulação capital. Para Coriolano e Lima (2012, p. 106): “Qualquer crescimento que não leve em consideração as necessidades das pessoas, não poder considerada desenvolvimento”.

Empresas e associações se ajustam a valores com vistas a promover o desenvolvimento embasado na economia criativa, solidária e cooperativismo, modelo de desenvolvimento em escala humana que remete ao desenvolvimento. O desenvolvimento é o que ocorre em escala local. Tem como principais atores do processo residentes e agentes, os quais, de forma engajada, dominam todo o processo de desenvolvimento, pautado em relacionamentos interpessoais e institucionais. Tem benefício da coletividade como objetivo da exploração do potencial territorial.

Para Neef (1993), pensar em desenvolvimento é pensar em desenvolvimento em escala humana⁵, efetivada em políticas públicas, tendo como prioridade o social e o homem. Assim, para Neef, Elizalde e Hopenhayn (1986, p. 18), “o desenvolvimento refere-se a pessoas e não aos objetos”. O desenvolvimento em escala humana prevê a autonomia de regiões, territórios das pessoas, de modo a convertê-las a sujeitos de processos e não apenas como instrumentos. Para Coriolano e Lima (2012, p. 110):

o respeito e a proteção dos direitos humanos são base do desenvolvimento e da sociedade humanizada. Afinal, assegurar o necessário à vida digna dos cidadãos com tranquilidade no relacionamento social, intercâmbios entre os povos e na construção de bases confiáveis para uma sociedade sustentável. Condições estas consideradas imprescindíveis para a preservação da dignidade humana e para instituir bases sólidas do desenvolvimento do turismo.

Desenvolvimento conduz à adoção de políticas que oportunizem trabalho, renda para residentes sem dar proteção social. Busca-se a valoração do território e de créditos para a população endógena. Partindo da atividade local para o global, cultural, social e para o econômico. Mudar o eixo de interesse das ações. Segundo Coriolano e Lima (2012, p. 112):

Os modelos tradicionalmente utilizados para avaliar o desenvolvimento de um lugar baseiam-se em indicadores predominantemente econômicos, como o Produto Interno Bruto – PIB que não mensuram o desenvolvimento. Necessita ser, com efeito, de indicadores do crescimento qualitativo, e não apenas de indicadores econômicos, como os índices de realização dos desejos, de educação, de solidariedade de realização humana, como sujeito/objeto de sua história. [...] Quando maior a qualidade de vida das pessoas, maior o processo de desenvolvimento, significando que atingiu a escala humana, satisfazendo necessidades amplas que se alargam pelos desejos, sonhos e utopias.

⁵ Para Neff (1993) cria um quadrante entre necessidades humanas essenciais – ser, ter, fazer e estar.

Os processos de superação dos problemas sociais da população, de cunho econômico ou não, devem ser permeados pelo desenvolvimento. Para Rodrigues (1999, p. 10):

O vocábulo desenvolvimento, muito desgastado, não significa crescimento e muito menos regular distribuição da riqueza. Não basta um grande aumento do PIB, alardeado em letras garrafais pela mídia impressa. A economia não é tudo sem eficácia social. (RODRIGUES, 1999, p. 10).

Quando se mede desenvolvimento que remeta aos indivíduos e não apenas à economia, devem-se substituir indicadores. Assim, o PIB não é indicador único de medição do desenvolvimento. Considera-se que o Índice de Desenvolvimento Humano⁶ contribui metodologicamente para mensurar o desenvolvimento, pelo percentual qualitativo de forma mais abrangente, próximo da realidade.

No turismo, há lógicas de desenvolvimento de territorialidade e de promoção da atividade, segundo modelos alternativos, Coriolano (2003); Portuguesez (2010), voltados à comunidade, com concepção de desenvolvimento planejado, com intuito de minimizar prejuízos às populações visitadas e ao ambiente, com lógica de desenvolvimento de territórios e de promoção do turismo socialmente justo, ambientalmente correto e economicamente viável.

Assim, considerar a apreensão da comunidade, em relação à atual situação, bem como o que se deseja para o futuro e as melhorias que almejam, faz-se necessário. E de que forma competências e habilidades vão contribuir para alcance das aspirações. Para Ávila (2006), o desenvolvimento local:

Consiste no efetivo desabrochamento – a partir do rompimento de amarras que prendam as pessoas em seus *status quo* de vida – das capacidades, competências e habilidades de uma ‘comunidade definida’ – portanto com interesses comuns e situada em [...] espaço territorialmente delimitado, com identidade social e histórica –, no sentido de ela mesma – mediante ativa colaboração de agentes externos e internos - incrementar a cultura da solidariedade em seu meio e se tornar paulatinamente apta a agenciar (discernindo e assumindo dentre rumos alternativos de reorientação do seu presente e de sua evolução para o futuro aqueles que se lhe apresentem mais consentâneos) e gerenciar (diagnosticar, tomar decisões, agir, avaliar, controlar, etc.) o aproveitamento dos potenciais próprios – ou cabedais de

⁶ O IDH, (1990) proposto pelo Relatório de Desenvolvimento Humano do PNUD, inclui componentes de desenvolvimento humano como: longevidade, índice de alfabetização e padrão de vida. No Brasil o Instituto de Pesquisa Aplicada – IPEA/CE/1996, define indicador de longevidade como esperança de vida ao nascer; indicador de nível educacional, a taxa de educação dos adultos e a taxa combinada de matrícula nos ensinos fundamental, médio e superior; indicador de acesso a recursos, a renda *per capita*, ajustado ao custo de vida local.

potencialidades peculiares à localidade –, assim como a ‘metabolização’ comunitária de insumos e investimentos públicos e privados externos, visando à processual busca de soluções para os problemas, necessidades e aspirações, de toda ordem e natureza, que mais direta e cotidianamente lhe dizem respeito (ÁVILA, 2000, p. 68).

Assim, os fatores, para o desenvolvimento, são envolvimento da comunidade, capacidade de gestão, aproveitamento de atributos endógenos e recursos exteriores destinados. Para Scótolto e Panosso Netto (2015, p.46-47):

O desenvolvimento local que parte dos interesses internos da comunidade que é planejado e executado por seus membros, contribui para o sentimento de pertença dos indivíduos ali estabelecidos, fortalecendo os laços comunitários e o cuidado para a preservação de suas características naturais e culturais.

Dito isso, para o desenvolvimento do turismo, as comunidades buscam o incremento da economia e melhora das condições de vida da população, pelo envolvimento dos atores, com utilização do potencial turístico com a otimização de características culturais e naturais.

2.4 CONCEITOS GEOGRÁFICOS NECESSÁRIOS À TESE

A ciência geográfica destaca-se, na contribuição dos estudos do turismo, pois é a ciência que estuda espaços e o turismo se materializa em espaços geográficos (CORIOLANO; MELLO, 2005). Torna-se importante compreender dinâmicas socioespaciais que o turismo produz por meio de agentes transformadores. Coriolano e Mello (2005, p. 22) acrescenta que:

É tarefa da Geografia, especialmente da Geografia do Turismo ler o mundo, explicar e interpretá-lo, para entender a mobilidade dos fluxos turísticos. O mundo é formado pelo conjunto de lugares produzidos em cotidianos políticos, sociais, culturais e naturais que constitui territórios, formados de múltiplos espaços e tempos, em permanentes transformações, e está contido em cada lugar.

De acordo com Costa (2014), embora os estudos de Milton Santos e David Harvey sejam fundamentais para entendimento de conceitos epistemológicos adotados na construção de estudos que os utilizem como universo, seja ele objeto de estudo ou não, espaço, território e região. A discussão sobre aproximações nunca é demasiada, ao contrário, neste momento, se mostra, de certa forma,

carente, vez que não se conseguiu clarificar, na compreensão social e na acadêmica, as diferenças conceituais de forma natural, exigindo então, debates exaustivos sobre a temática.

Na visão de Santos (2008), a atualização de conceitos cabe ao intelectual, realizada com o objetivo de fornecer base à análise crítica da sociedade. Para este estudo, Milton Santos (1926-2001), geógrafo em destaque pelas pesquisas, também é utilizado como base para construções conceituais, procurando ampliar a linha teórica e fontes.

Por meio de reflexões e concepções impulsionadas por Milton Santos e David Harvey, o espaço geográfico é constituído objeto de estudo, pois é pela compreensão de sua formação que se têm argumentos para discorrer sobre os fatores que, no espaço, atuam, inclusive intensas transformações, causadas ou não pela intervenção humana (COSTA, 2014).

No entanto, o conceito de espaço tem sido grande desafio apontado pelos pesquisadores, dentro e fora da geografia, pois suas dimensões tendem a impactar o direcionamento das discussões. Haesbaert (2015, p. 93) salienta que, para tratar do conceito, deve-se considerar que:

O conceito só é claramente distinguível do “real-empírico” numa visão tradicional. Mais que uma “representação” reconhecedora/ diferenciadora do “real”, o conceito é um instrumento, uma “mediação” (no sentido concomitante de “meio-ação”) a que recorremos para sua compreensão, mas que, de forma alguma, se restringe a este caráter “mediador” ou de “meio”. Na verdade, não se trata de separar nitidamente “conceito” e “realidade”, mas de fazer uma leitura do conceito como, ele próprio, ao mesmo tempo, também, “realidade”. O conceito sempre, *também*, acaba por participar do “real”, é eminente a ele.

Assim, nas delimitações estabelecidas para conceituação do espaço, recorre-se às próprias ponderações de Haesbaert (2015), além de doutrinadores. Há ainda que considerar que fator constantemente percorrido, na construção deste estudo, é a influência do capitalismo na concepção atual de espaço, até mesmo, porque esse é ponto de partida para autores com preocupações em relação ao espaço.

No entanto, buscou-se, nesse desenvolvimento, apoio preferencialmente em autores que sustentam o capitalismo, na construção do espaço dentro da geografia e do turismo, buscando distanciar-se de alusões marxistas. De acordo com Santos

(2008, p. 88), a concepção do espaço geográfico se dá pelo agrupamento de fatores horizontais e verticais:

De um lado, há espaços contínuos, formados de pontos que se agregam sem descontinuidade, como a definição tradicional de região. São as horizontalidades. De outro, há pontos no espaço que, separados uns dos outros, asseguram o funcionamento global da sociedade e da economia. São as verticalidades. Os espaços se compõem de uns e de outros desses recortes, inseparavelmente.

Para Haesbaert (2015), o espaço é considerado em dimensões: espaço absoluto, espaço (tempo) relativo e o espaço (tempo) relacional. Em cada um, ainda é possível a concepção de variáveis: Espaço Material ou da Experiência (Percebido), Representação do espaço ou espaço conceitualizado (concebido) e espaço de representações ou espaço vivido (Quadro 1).

QUADRO 1 – MATRIZ DAS SIGNIFICAÇÕES POSSÍVEIS PARA ESPAÇO

	ESPAÇO MATERIAL OU DA EXPERIÊNCIA (PERCEBIDO)	REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO OU ESPAÇO CONCEITUALIZADO (CONCEBIDO)	ESPAÇOS DE REPRESENTAÇÃO OU ESPAÇO VIVIDO
Espaço Absoluto	Corpos Físicos (dos muros às cidades e aos continentes).	Mapas cadastrais e administrativos, Metáforas de confinamentos Newton e Descartes.	Sentimentos de satisfação, de medo, de insegurança em relação a certos espaços.
Espaço (Tempo) Relativo	Circulação e fluxos de vários tipos; aceleração e desaceleração com a fricção da distância.	Mapas temáticos e topológicos Metáforas de mobilidade e deslocamento Einstein, Reimann.	Tensões ou divertimentos vinculados à compreensão do espaço-tempo ou à velocidade, frustração num congestionamento.
Espaço (Tempo) Relacional	Fluxos e campos de energia eletromagnéticos, relações sociais, sons, odores e sensações proporcionados pela brisa.	Ciberespaço, Metáforas de internalização de forças e poderes (comando e controle muito difíceis) Leibniz, Whitehead, Deleuze, Benjamin.	Visões, fantasias, desejos, memórias, sonhos, estados psíquicos (ex. Agorafobia, vertigem, claustrofobia).

FONTE: HAESBAERT (2015).

O Quadro 1 compreende bases dos desafios considerados na conceituação de espaço, mesmo que o próprio Haesbaert (2015) leve em conta que pontos da matriz podem ser discutidos e, com isso, aumento de variáveis na construção do espaço. No entanto, neste estudo, é possível observar que os espaços trabalham, ora em confluência, ora em hegemonia, em suas atuações. Porém, ao aprofundar suas reflexões, especialmente quanto ao eixo da globalização, deve considerar três aspectos: 1) globalização como fábula; 2) globalização como perversidade; 3) possibilidade de outra forma de globalização (HAESBAERT, 2014).

O espaço geográfico analisa ainda em decorrência de intensas transformações ocorrentes, quando se fala em produção, organização, apropriação e valorização do espaço pela atividade turística, relações socioespaciais e interação entre geografia e turismo. Para Lefebvre (2008), o espaço é um produto social. A produção do espaço se vincula a grupos particulares que dele se apropriam com o objetivo de explorá-lo e geri-lo (LEFEBVRE, 2008).

Agentes produtores do espaço urbano são constituídos pelos proprietários dos meios de produção, grupos pertencentes a grandes indústrias; proprietários fundiários; promotores imobiliários; Estado e grupos sociais excluídos (CORRÊA, 1999). São representantes de grupos sociais hegemônicos e hegemonzados que têm como prioridade interesses e dinamizam as transformações socioespaciais que se dão, inclusive, turismo.

Para Rodrigues (2010), “face às incidências espaciais do turismo, o tratamento geográfico do fenômeno vem se tornando cada vez mais destacado”; o espaço faz parte das rodas de discussões da geografia, para atender a necessidade de contextualização do campo do turismo. Ainda há dificuldade de definição de espaço turístico, pois, na análise, há considerado o peso ou/e a força da atividade, na produção do espaço (RODRIGUES, 2010). Segundo Silveira (2014, p. 29):

O espaço turístico [...] é aquele criado ou produzido para e/ou pelo turismo, que enfrenta uma dimensão real e imaginária, que pode ser mapeado e constitui alvo de ação de empresas locais ou de fora e dos planejadores e promotores territoriais públicos e privados.

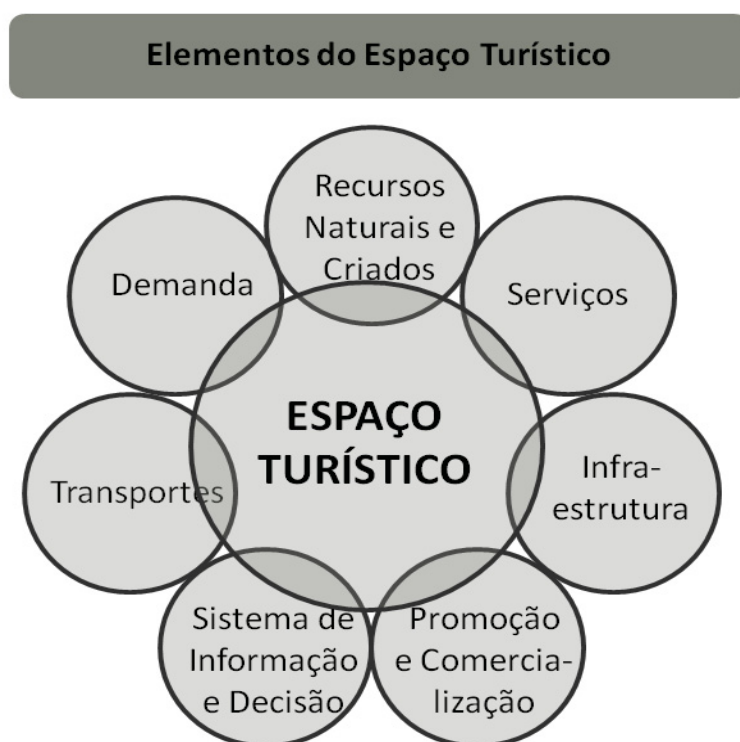
Rodrigues (2010) aponta tipos de espaços turísticos opostos, um tem possível identificação facilmente: espaço com vocação para o turismo, mesmo que áreas tenham sido exploradas, não foi pelo interesse do turismo que foram

basicamente formadas, o turismo somente apropriou-se do espaço e, na maioria, estrutura-se para viabilização da atividade econômica.

No entanto, de maneira oposta, há lugares criados para o turismo, independentemente da condição geográfica, por exemplo, *Las Vegas*, em pleno deserto de Nevada, distante dos grandes centros urbanos da Califórnia, criados de forma estratégica pela ação do homem.

No segundo modelo, os conceitos adotados pelo espaço turístico concebido artificialmente têm sido amplamente adotados por todos os tipos de espaço. Rodrigues (2010) demonstra (Figura 1) os elementos considerados/percorridos pelos tipos de espaços turísticos.

FIGURA 1 – ELEMENTOS DO ESPAÇO TURÍSTICO



FONTE: RODRIGUES (2010).

Os elementos apontados por Rodrigues (Figura 1) permitem observar que o espaço turístico enfrenta influência direta da ação humana, fornecendo toda estrutura que enfatize o turismo, espaço turístico extremamente diversificado no mundo contemporâneo. No processo de turistificação, analisam-se ações dos

grupos de empresários que constituem o *trade*⁷ turístico, pelo Estado, pelas comunidades e turistas. São sujeitos que promovem a reorganização espacial pelas ações, políticas, conflitos e interesses definidos pelo mercado turístico.

Entre as ações de grupos que apresentam diferentes objetivos, a gestão do território se dá durante o processo ininterrupto de organização do espaço. Para Correa (2011, p.35), “a gestão do território, isto é, a administração e o controle da organização espacial em sua existência e produção”; ainda, práticas espaciais: seletividade espacial, fragmentação e desfragmentação espacial, antecipação espacial, marginalização espacial e reprodução da região produtora (CORREA, 2011, 1992). A materialização das práticas se materializa pelas ações de diferentes sujeitos e interesses, inclusive relacionado ao turismo.

O turismo seleciona áreas de interesse natural e cultural para o desenvolvimento, que costumam se fragmentar e em alguns espaços desmembram-se. A marginalização dos espaços ocorre quando elementos do espaço turístico não são levados em consideração. Nos municípios, má gestão, falta da administração e controle da organização espacial das atividades turísticas levam a práticas que põem em risco a manutenção das áreas de interesse natural e ambiental.

Na atividade turística, os lugares são selecionados com base em atributos adequados aos projetos estabelecidos, são avaliados sistematicamente de forma isolada ou articulada (CORREA, 2011). No capitalismo, atributos naturais são relevantes, no processo de valorização do espaço do turismo. No Nordeste, os atributos naturais são transformados em atrativos naturais, posteriormente em produtos para oferta divulgada e comercializada a turistas e investidores (BARBOSA, 2017).

Prática espacial do turismo é fragmentação e desfragmentação do espaço. Na primeira, o espaço é valorizado pelos grupos socioeconômicos específicos, levando a diferentes formas de controle do espaço geográfico (CORREA, 1999). A fragmentação é a divisão do espaço, em razão da intensidade da atuação da corporação que escolhe lugares que melhor se adequam conforme a natureza dos empreendimentos a serem implementados (CORREA, 1992). A desfragmentação consiste em agrupar unidades territoriais, pois uma “grande corporação multifuncional e multilocalizada pode, sob certas condições, aglutinar as diversas

⁷ Trade designa as empresas que fazem parte do ramo de negócios turísticos.

partes do território em um novo mosaico, caracterizado por unidades territoriais mais amplas". (CORREA, 1992, p.38).

A fragmentação espacial do turismo, de forma seletiva, de determinados atrativos ou destinos, praia ou cachoeira, são exemplos. Recife, Fortaleza e Salvador são cidades turísticas, contudo não atendem, na totalidade, ao capital turístico. Apenas fragmentos de espaços, onde se inserem atributos, são vendidos como atrativos. Entretanto o desmembramento é utilizado como técnica de aglutinação de fragmentos de espaços turísticos, estratégia utilizada pelas agências, investidores do turismo, que vendem pacotes de roteiros turísticos em visita a diferentes destinos em poucos dias, assim como a sistematização de regiões turísticas, estabelecidas pelo Estado em diferentes políticas.

A antecipação espacial consiste na implementação de atividade em espaço, antes de as condições necessárias ao desenvolvimento terem sido satisfeitas (CORREA, 2011). Nas décadas de 1970-80, deu-se a implementação dos primeiros *resorts*, em regiões estratégicas do Nordeste brasileiro, prática configurada como antecipação espacial, grandes empreendimentos instalam-se em espaços sem infraestrutura, básica nem turística, entretanto dotados de atributos capazes de atrair demanda de visitantes. Posteriormente, os empreendimentos atraem investimentos públicos e/ou privados para o desenvolvimento da atividade, o que gera nova configuração socioespacial, e os lugares se transformam em turísticos. Entre práticas da gestão do território, a marginalização espacial. Para Correa (1992, p. 39),

Mudanças locacionais, constantes na dinâmica de uma corporação, implicam, com frequência, em um processo de abertura de novas unidades e o fechamento de outras. Este processo leva, por sua vez, à seleção de lugares que no passado foram avaliados como sendo pouco atrativos para a implantação de unidades da corporação. Leva também ao abandono de lugares que anteriormente foram considerados atrativos e que participaram efetivamente da rede de lugares da corporação: trata-se da marginalização espacial.

Seleção de lugares convenientes ao capital induz a práticas, marginalização espacial ou, como caracterizado por Santos (2006), espaços luminosos e opacos. O turismo é representado pelos grupos que selecionam alocação no tempo e no espaço. Para Barbosa (2017, p. 37):

Qualquer lugar é potencialmente turístico, entretanto interesses políticos e econômicos específicos fazem com que alguns se sobressaiam em detrimento de outros que são marginalizados frente aos destinos turísticos de maior representatividade junto ao mercado e ao Estado.

A transformação da paisagem natural em atrativo turístico e a reestruturação do espaço pelo turismo criam formas e funções ao longo dos processos históricos, econômicos e políticos de vinculação capitalista. A criação e destruição estão estreitamente ligadas dialeticamente ao conjunto de produção espacial e de organização da atividade turística que pode ou não gerar processo de valorização do espaço, universal (MORAES, 2007). Para Correa (2011), no processo de valorização do espaço, são necessárias condições de reprodução do processo de produção. E o desenvolvimento de atividades, no território, gera envolvimento, direto ou indireto, de sujeitos que participam como produtores ou no controle do território.

O turismo, por atividade dinâmica, abrange variadas atividades, relações, grupos e práticas socioespaciais, no espaço turístico. Os espaços são transformados e passam a ter valor pelos fixos construídos e pelos fluxos que dinamizam as relações. Infraestrutura básica, infraestrutura de apoio, hospedagem, alimentação, local de lazer, artificialização da paisagem, *marketing* são instrumentos utilizados para estímulo da atividade turística e contribuem para a valorização do espaço. Para Moraes (2007), com o fomento ao turismo, a valorização do espaço pode ser empreendida como processo historicamente identificado de formação do território. Os termos espaço e território, apesar da relação, não são sinônimos. Segundo Raffestin (2009), espaço antecede território, o segundo produzido pelo primeiro, apropriado e territorializado:

É fundamental entender como o espaço está em posição que antecede ao território, porque este é gerado a partir do espaço, constituindo o resultado de uma ação conduzida por um ator que realiza um programa em qualquer nível. Apropriando-se concretamente ou abstratamente (por exemplo, da representação) de um espaço, o ator o “territorializa”. Para construir um território, o ator projeta no espaço um trabalho, isto é, energia e informação, adaptando as condições dadas às necessidades de uma comunidade ou de uma sociedade. (*op. cit.*, p.26).

O turismo se apropria do espaço, de forma a territorializá-lo. O processo deve se dar de forma harmônica com a sociedade específica com espaço localizado, de forma a manter a sociabilidade da paisagem, em estrutura do território. Contudo a implantação dos equipamentos e dos serviços necessários ao desenvolvimento da

atividade turística, muitas vezes, não prioriza a cultura e a natureza, estruturas são montadas de acordo com interesses e com trabalho de grupos que valorizam os anseios do grande capital.

O conceito de território, para a Geografia Política, remete a controle, poder, dominação. Autores discorrem sobre o assunto, Milton Santos, Bertha Becker, Carlos A. F. da Silva, Carlos W. P. Gonçalves, Ester Limonad, Flávio G. de Almeida, Ivonaldo Lima, Jacob Binsztok, Jailson de S. e Silva, Jorge Luiz Barbosa, Marcio P. de Oliveira, Nélon de Nobrega Fernandes, Rogério Haesbaert, Rui Esthal, Ruy Moreira, Sandra B. da Cunha, Satie Mizubuti, Marcos Aurelio Saquet, Eliseu S. Sposito, entre tantos ilustres autores: é possível fazer tese apenas para refletir sobre as imensuráveis contribuições dos autores. E, por fim, o desafio de trazer a temática de forma concisa, uma vez que o objetivo deste estudo é tratar de região da Rota das Emoções de territórios do Estado do Piauí, e não esmiuçar o contexto/conceito de território.

Os pressupostos de embasamento da compreensão de território são fundamentais para este estudo e autores acima, lidos no Programa de Doutorado e construção desta tese, por não ser possível recorrer a todas as obras para possíveis citações e referências, daí a necessidade de busca de reflexões pertinentes para atender os objetivos.

Esses esclarecimentos têm como objetivo justificar porque, mesmo relevantes as considerações, optou-se pela exclusão de compreensões conceituais de território, até mesmo porque, de acordo com Saquet (2013, p. 27), “não há conceito simples, todo conceito tem uma história, seus elementos e metamorfoses; tem interações com seus componentes e com outros conceitos”.

Assim, como na compreensão do conceito de espaço, anteriormente, o de território também tem desdobramentos históricos, que se modificam e envolvem questões de relações: “(i) materiais, tanto geopolítica como econômica e culturalmente” (SAQUET, 2013, p. 27). No entanto, para este estudo, optou-se por focar nas principais construções dos autores investigados, especialmente ligados à geografia.

De acordo com Milton Santos (2007), no fim do século passado, a geografia alcança êxito com o reconhecimento do território, objeto de estudo que tanto dispensa dedicação de geógrafos. Para Milton Santos (2007, p. 13), o território pode ser considerado “lugar em que desembocam todas as ações, todas as paixões,

todos os poderes, todas as forças e fraquezas, isto é, onde a história do homem plenamente se realiza a partir das manifestações de sua existência”. Apesar da conceituação de Milton Santos (2007), ao mesmo tempo, singela e abrangente, há de se reconhecer que, na essência, a compreensão do conceito de território, nessas conjecturas, apresenta-se grandemente complexa. O próprio Milton Santos (2007, p.14) aduz:

O território não é apenas um conjunto dos sistemas naturais e de sistemas de coisas superpostas; o território tem que ser entendido como *território usado*, não o território em si. O território usado é o chão mais a identidade. A identidade é o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence. O território é o fundamento do trabalho; o lugar da residência, das trocas materiais e espirituais e do exercício da vida. O território em si não é uma categoria de análise em disciplinas históricas, como a geografia. É o território usado que é uma categoria de análise. Aliás, a própria ideia de nação, e depois a ideia de Estado nacional, decorrem dessa relação tornada profunda porque um faz o outro, à maneira daquela celebre frase de Winston Churchill: “Primeiro fazemos nossas casas, depois nossas casas nos fazem”. Assim é o território que ajuda a fabricar a nação, para que a nação depois o afeiçoe.

Em face da abrangência do conceito de território, Haesbaert (2004) esclarece que a concepção de território nasce em sentido dual, material e simbólico, “pois etimologicamente aparece tão próximo de terra-*territorium* quanto de *terreo-territor* (terror, aterrorizar), ou seja, tem a ver com dominação (jurídico-política) da terra e com a inspiração do terror” (p. 35). No processo de possuidor e do possuído, outro fenômeno vem à tona: de ambiguidade vivida pelos atores, como explica:

Território, assim, em qualquer acepção, tem a ver com poder, mas não apenas ao tradicional “poder político”. Ele diz respeito tanto ao poder no sentido mais concreto, de dominação, quanto ao poder no sentido mais simbólico, de apropriação. Lefebvre distingue apropriação de dominação (“posseção”, “propriedade”), o primeiro sendo um processo muito mais simbólico, carregado das marcas do “vivido”, do valor de uso, o segundo mais concreto, funcional e vinculado ao valor de troca (HAESBAERT, 2004, p.42).

O território então seria a apropriação do espaço, especialmente para produção, o que está estritamente vinculado ao poder.

Como decorrência deste raciocínio, é interessante observar que, enquanto “espaço - tempo vivido”, o território é sempre múltiplo, “diverso e complexo”, ao contrário do território “unifuncional” proposto pela lógica capitalista hegemônica. Pode-se então afirmar que o território, imerso em relações de dominação e/ou de apropriação sociedade - espaço, “desdobra-se ao longo

de um continuum que vai da dominação político-econômica mais 'concreta' e 'funcional' à apropriação mais subjetiva e/ou 'cultural-simbólica'" (HAESBAERT, 2004, p.33).

O pensamento vai ao encontro da colocação de Ruy Moreira, o qual aponta que o conceito de território parte do recorte espacial, ou seja, "recorte qualificado por seu sujeito (o corpo) [...] cada recorte de espaço é um território" (2007, p. 14). Assim, a construção do conceito de território leva em consideração determinado recorte, o que, para este estudo, traz a necessidade de se desenvolver território e a região, no recorte de turismo. A turistificação permite o olhar do território, região e espaço, em múltiplas escalas que possibilitam inúmeras vertentes a serem investigadas, conforme apresentado por Vera *et al.* (1997, p. 42) (Quadro 2).

QUADRO 2 – ELEMENTOS DO SISTEMA TURÍSTICO DENTRO DA GEOGRAFIA DO TURISMO (ESPAÇO, TERRITÓRIO E REGIÃO)

ESCALAS TERRITORIAIS	DIMENSÃO ESPACIAL TEMPORAL	ESPAÇOS RECEPTIVOS OU DESTINOS TURÍSTICOS
Mundialização Globalização	Distância, emissão e recepção	Recursos Turísticos
Espaços geoeconômicos nacionais	Conectividade e viagem turística	Sociedade local
Negócios	Demanda turística	Ofertas e produtos turísticos
Escala intermediária	Territórios (urbanos, litorais, naturais, rurais)	Serviços turísticos
Escola local e urbana	Temas (itinerários, desportivos, culturais, ecoturismo, etc.)	Infraestrutura e equipamentos
Encadeamento produtivos	Encadeamento produtivos	Encadeamento produtivos
Articulações dos agentes turísticos	Articulações dos agentes turísticos	Articulações dos agentes turísticos

FONTE: Adaptada de VERA *et al.* (1997).

Pelos elementos que impulsionam diferentes escalas e concepções de território, região e espaço, possibilitados pelo processo ou fenômeno de turistificação, para Rodrigues (2006), território turístico é compreendido como espaço combinado e/ou apropriado, com sentido de escala e multidimensional, que

só pode ser apreendido e analisado, na concepção de multiterritorialidade. As multiterritorialidades são criadas pela dominação, identidades, simbologias e sujeitos envolvidos na atividade turística. Segundo Silveira (2014, p. 29):

O território turístico é o espaço de domínio da população local (visitados), porém é apropriado, mesmo que de modo fugaz, pelos turistas (visitantes) quando estes visitam, estabelecendo, portanto, uma relação por vezes antagônica, senão mesmo conflitante, entre grupos diferentemente territorializados.

Para Barbosa (2017, p. 40), “Em alguns casos, comunidades resistem e mantêm a posse de territórios, em outras, as mesmas são expropriadas de suas terras, sendo desterritorializadas e dando lugar a fixos e a fluxos voltados à dinamização da atividade turística”. A relação do turismo é marcada pela dominação e resistência entre promotores e organizadores do turismo e comunidade local, onde dinâmicas são impostas para mudança estrutural. Para Rodrigues (2001), o turismo é uma mercadoria que tem como mercado consumidor o turista. A mercadoria usa o território e consome o espaço em processo contínuo de territorialização e desterritorialização. Os processos não significam apenas desocupação, desenraizamento, aumento de mobilidade ou destruição de fronteiras, mas se devem considerar os processos de apropriação e produção espacial (HAESBAERT, 2010).

Assim como acontece a construção e reconstrução dos territórios, como movimentos intrínsecos aos sujeitos sociais, o movimento de destruição e reconstrução constitui movimento permanente das regiões (HAESBAERT, 2007, p. 56). O conceito de região é apropriado para o turismo para a articulação e para o planejamento estratégico da atividade. O conceito geográfico de região é uma categoria de análise adequado para o entendimento do turismo e da política do Programa da Rota das Emoções, em territórios do Estado do Piauí, a região configura-se como espaço de conflitos de interesse, representados em formas de controle político e econômico que privilegiam a minoria.

A Rota das Emoções se configura região por ser junção de municípios, mesmo interligados funcionalmente. O conceito região apresenta fundamentos associados à discussão política, à dinâmica estatal, à organização cultural e à diversificação espacial. Assim Oliveira (1993, p.29) a define:

Uma “região” seria, em suma, o espaço onde se imbricam dialeticamente uma forma especial de reprodução do capital, e por consequência uma forma especial da luta de classes, onde o econômico e o político se fusionam e assumem uma forma especial de aparecer no produto social e nos pressupostos da reposição.

Região é categoria geográfica que se aplica a finalidades político-operacionais, sobre questões físicas, sociopolíticas e econômicas entre estados, municípios e distritos. Para Gomes (2005), o conceito de região também enfrenta diferentes posicionamentos e percepções que se estendem além da geografia, sem deixar de aludir que, na própria geografia, o termo região, pertence a discussões distintas, seja pela operacionalidade, recortes, perspectivas, entre outros. Gomes (2005) esclarece que quanto à etimologia da palavra:

A palavra região deriva do latim *regere*, palavra composta pelo radical *reg*, que deu origem a outras palavras como regente, regência, regra etc. *Regione* nos tempos do império Romano era a denominação utilizada para designar áreas que, ainda que dispusessem de uma administração local, estavam subordinadas às regras gerais e hegemônicas das magistraturas sediadas em Roma (GOMES, 2005, p. 50).

É reconhecido, porém, que o significado aplicado à terminologia, afastou-se largamente do contexto etimológico, talvez, venham daí as principais discussões a respeito do real conceito, até mesmo do significado da palavra região. Gomes (2005) ressalta:

Alguns filósofos interpretam a emergência deste conceito como uma necessidade de um momento histórico em que, pela primeira vez, surge, de forma ampla, a relação entre a centralização do poder em um local e a extensão dele sobre uma área de grande diversidade social, cultural e espacial. A contribuir com esta interpretação existe também o fato de que outros conceitos de natureza espacial tenham sido enunciados nesta mesma época, como o conceito mesmo de espaço (*spatium*), visto como “contínuo”, ou como intervalo, no qual estão dispostos os corpos seguindo uma certa ordem neste vazio, ou ainda, conceito de província (*provincere*), áreas atribuídas ao controle daqueles que haviam submetidos à ordem hegemônica romana. Desta forma, os mapas que representam o Império Romano são preenchidos pela nomenclatura destas regiões que representam a extensão espacial do poder central hegemônico, onde os governadores locais dispunham de alguma autonomia, em função mesmo da diversidade de situações sociais e culturais, mas deviam obediência e impostos à cidade de Roma (GOMES, 2005, p. 51).

Na medida em que as sociedades evoluem, a compreensão da palavra região ganha “novos significados”, porém, sem se distanciar da compreensão de

espaço, com características incomuns quanto à diversidade social, cultural e espacial, pois, durante toda a construção histórica, a palavra região abrange questões políticas quanto à dinâmica de formação de Estado, “organização da cultura e do estudo da diversidade espacial” (GOMES, 2005, p. 52). Porém, na compreensão contemporânea, a maioria dos significados empregados segue o senso comum de relação com a localização e região, pertencente a certo domínio (GOMES, 2005). Embora Gomes não tenha conseguido concretizar conceito unânime para a palavra região, concorda-se com as seguintes ponderações:

Se a região é um conceito que funda uma reflexão política de base territorial , se ela coloca em jogo comunidades de interesse identificadas a uma certa área e, finalmente, se ela é sempre uma discussão entre os limites da autonomia face a um poder central, parece que estes elementos devem fazer parte desta nova definição em lugar de se assumir de imediato uma solidariedade total com o senso comum, que neste caso da região, pode obscurecer um dado essencial: o fundamento político, de controle e gestão de um território (GOMES, 2005, p. 52, 53).

Ou seja, além do senso comum de região ligada ao contexto expansão e território, acredita-se que aspectos como cultura e política devam ser considerados. Para Haesbaert (2002, p.136) região:

[...] não deve ser definida no sentido genérico de “divisão” ou recorte espacial, sem importar a escala, como indicam os processos de regionalização [...]; ela deve ser vista como produto de um processo social determinado que, expresso de modo complexo no/pelo espaço, define-se também pela escala geográfica em que ocorre, podendo ser, assim, um tipo de território.

Então o planejamento regional não significa isolamento global, pois a região está inserida no espaço global, deve ser entendida como totalidade e parcialidade do espaço a ser trabalhado. Para Haesbaert (2010), além da análise da categoria região como instrumento de ação, vinculada a mecanismos de planejamento estatal, a abordagem realista do conceito região se dá como evidência empírica externa ao pesquisador, ou seja, fato a ser analisado como dados da interação sujeito/objeto, teoria/prática.

Na abordagem racionalista, região analisa-se como artifício ou concepção intelectual, o que torna o conceito instrumento metodológico, operacional que atende os objetivos do sujeito pesquisador. Ainda para o autor, região pode fazer referência a artefato, ou seja, elemento elaborado que representa concomitantemente natureza

ideal-simbólica, com vínculo às identidades regionais pelo espaço vivido; e concepção material-funcional, em cuja região é construída por sujeitos que constroem o espaço com visões desiguais e diferenciadas.

A atividade turística cria novas configurações geográficas e acaba por reproduzir o desenvolvimento desigual e combinado nas regiões, acirrando contradições do espaço, vinculadas às relações conflituosas entre agentes produtores, comunidade local e turista. O turismo contribui para a artificialização de paisagens e lugares, vendidos como reais.

O consumo é fortalecido pelos imaginários e ócio, lazer e fuga da realidade são conquistados pelo turismo (DACHARY; BURNE, 2013). A região turística da Rota das Emoções se modifica para receber visitantes. Formas e funções são adotadas ou inseridas arbitrariamente em espaços turistificados, que se reestruturam de acordo com a formação histórica e econômica do desenvolvimento da atividade turística/capitalista.

2.5 ESTADO, POLÍTICAS PÚBLICAS, PRIVADAS E ALTERNATIVAS

Políticas públicas são formas de agir ou não do Estado, têm como objetivo primário a redução das desigualdades e dar condições para os cidadãos terem sobrevivência digna. São garantidos ao Estado poderes executivos com vistas a assegurar os direitos sociais aos cidadãos. Entre os principais poderes do Estado, o de polícia. O Estado está presente nos mais diversos regimes (liberais, ortodoxos), como mediador das relações (PEREIRA, 2009). Para Souza Neto (2018, p. 95), existem quatro elementos que se interligam e compõem o Estado:

um conjunto de instituições e prerrogativas, destacando o poder coercitivo, delegado pela Sociedade; o território, entendido aqui como um espaço geograficamente limitado onde o poder estatal é exercido; uma máquina burocrática capaz de administrar as instituições e as políticas governamentais, arrecadar e gerir recursos; e um conjunto de condutas e comportamentos gerais que regulado pela máquina burocrática, ajuda a criar e manter uma cultura política comum formando assim uma nação.

Explica Costa (2008) que há contradição na relação entre sociedade civil e grupos corporativos, no Estado liberal-democrático.

[...] esta parece ser uma das contradições básicas da relação Estado-sociedade nos dias atuais, em que de um lado, o desenvolvimento das

formas de articulação da sociedade civil e o funcionamento dos mecanismos democráticos tendem a legitimar algumas funções do Estado, enquanto, de outro, as exigências contemporâneas de estruturas sociais e econômicas altamente complexas podem colocar demandas de uma ampliação dessas funções. Velho ou novo, é basicamente a contradição que move o Estado liberal-democrático (COSTA, 2008, p. 279).

Os primeiros modelos representam a diferenciação social. A figura central é de guerreiro que troca proteção pela isenção na contribuição em atividades pastoris e agrícolas (SINGER, 1987). Assume a postura de enviado de Deus e exerce influência sobre os outros. Assim constitui o estado teocrático, em que o guerreiro coordena as ações.

Na Idade Média, com a concentração da população no campo, ocorre a dominação de áreas agricultáveis pela igreja Católica. Com a desarticulação das redes de estradas, a dominação se dá pela fé (HUBBERMAN, 1986). Com a Reforma Protestante, a Filosofia Individualista passa a ser concebida, e o trabalho passa a ser visto como elemento de salvação, aceito pela burguesia, que não aceitava as relações entre nobreza, clero e rei. A burguesia, classe social ascendente na época, foi responsável por diversas revoltas, o que contribui para a dissolução do modelo de Estado.

Assim, o estado moderno tem origem nos séculos XV e XVI, após a dissolução de impérios e o fim da dominação da Igreja, e com alterações no espaço e no tempo. É considerado instituição organizada politicamente, socialmente e juridicamente. Possui governo reconhecido soberanamente, não havendo outra autoridade no território que exerça esse poder, é regido pela lei máxima (Constituição), possui território definido, existe uma clara distinção entre Estado e sociedade civil, o que deixa, explícita, a transitoriedade do controle do governo na democracia (BOBBIO, 2000).

O marco da expansão burguesa e da dissolução da nobreza se dá na Revolução Francesa (1789). O comércio passa a ser a força motriz de desenvolvimento, interesse da burguesia, que se estabelece como classe dominante. O Estado exerce a relação de infraestrutura, com capacidade de adentrar na sociedade civil, implementando, por todo seu domínio, suas decisões políticas (MANN, 1992). A forma de adentrar na sociedade se dá de maneira regulatória, criada e dada pela própria sociedade civil.

Apresenta autonomia e inserção social como temas centrais da discussão. Assim, o Estado tenta, pela autonomia, responder a questões de minorias como da elite que busca transformações, para o que ocasionam ações elaboradas que, muitas vezes, constituem políticas públicas (EVANS, 2004). Diz Muller (2000) que a política se dá com planos, programas e projetos em setores da sociedade e/ou em regiões, e tem como base um conjunto de medidas concretas. O objetivo é dinamizar o território, implantar produção. Como políticas territoriais, podem estabelecer novas formas de produção, que contribuem para o desenvolvimento econômico e social ou destoar da realidade.

Ainda para o autor, as decisões de alocação de recursos e decisões do Estado, muitas vezes, se dão de forma autoritária. Dessa forma, o Estado aloca recursos conforme interesses, de forma coercitiva, para atender interesses, em especial de empresas. Por mais que exista pressão popular ou anseio social, muitas vezes, os movimentos sociais se desarticulam, e as mudanças ocorrem conforme decisão da esfera pública. Em outra visão, a política é colocada em quadro de ações cuja medida é isolada. Na visão de Costa (2008), política pública define os objetivos, funções das normas ou de valores. Para Hall, que tem uma visão de política anglo-saxônica, da década de 1950:

A elaboração de políticas públicas é, antes de tudo, uma atividade política e essas são influenciadas por características econômicas, sociais e culturais da sociedade, assim como pelas estruturas formais de governo e outros aspectos do sistema político. A política deve, portanto, ser encarada como uma consequência do ambiente político, dos valores e das ideologias, da distribuição de poder, das estruturas institucionais e dos processos de tomada de decisão (HALL, 2001, p. 26).

O que diferencia as correntes europeias da anglo-saxônica é a forma como se deu a constituição do Estado para as correntes e quais as relações sociais consideradas e o peso que elas têm. Na corrente anglo-saxônica, política pública é o que o Estado faz, com base no Estado mínimo, ou seja, as ações são voltadas ao mercado. Não é função do governo a manutenção das necessidades básicas e sim das empresas. Os problemas do Governo são a questão central de teorias e de análises políticas.

Na corrente europeia, o Estado comina a sociedade e a molda. Na perspectiva europeia, a forma do Estado é de regulação dos conflitos sociais e de classes. Para Muller (2000), o Governo é a fusão que controla por certo tempo:

Estado é um mecanismo burocrático. Com a Constituição de 1988, surge a tendência de descentralização do poder sobre a esfera pública, com a inserção da sociedade civil, instituições de ensino e Ongs no processo de elaboração e implementação de políticas públicas.

O processo se dá com a formação de fóruns, simpósios e de câmaras temáticas constituídos pelos moradores, empresários, estudiosos e representantes do Estado. Nesses espaços, há tentativa de expor, de debater e de chegar a consensos sobre o melhor a se fazer para a sociedade. Alguns contestam o tipo de política pública definida como políticas hegemônicas, e defendem políticas contra-hegemônicas, organizadas, no combate ao modelo neoliberal, tido como responsável pelo aumento do consumo, privatização de espaços públicos e precarização do trabalho.

As políticas contrárias ao neoliberalismo têm como elementos principais a emancipação humana, e tem o trabalho como condição de sobrevivência e bem-estar. Na atividade turística, isso se dá no turismo comunitário, no qual as comunidades têm a produção relacionada ao setor primário. Apresentam aos visitantes relações sociais, formas de trabalho e belezas que o lugar tem a oferecer.

A globalização contra hegemônica, de que os movimentos e organizações congregadas no Fórum Social Mundial são um eloquente exemplo, é feita de uma enorme diversidade de ações de resistência contra a injustiça social em suas múltiplas dimensões. Contra a banalização e a instrumentalização da indignação moral procuram manter viva a ideia de que o capitalismo global (agora chamado de globalização neoliberal) é injusto, é hoje mais injusto do que há vinte anos e que, se nada se fizer, será ainda mais insuportavelmente injusto daqui a vinte anos. [...] O que será a globalização contra hegemônica depende do que será a globalização hegemônica e vice-versa (SANTOS, 2004, p.1-2).

Políticas contra-hegemônicas são opostas ao processo dominante, com vistas a uma sociedade justa, igualitária e menos competitiva. Para Vieira, Putrick e Cury (2014, p. 451):

O turismo é uma atividade capaz de gerar crescimento para as localidades que viabilizam a sua prática, conseqüentemente, se faz uma associação ao desenvolvimento regional. Dependendo do contexto no qual está inserido, o termo apresenta uma abrangência relevante a definições e modelos.

Então, o desenvolvimento costuma remeter ao progresso, ao crescimento, à melhoria da qualidade de vida, sobretudo referente à situação econômica. Para

Cavalcanti (2003, p. 26), “A partir dos anos 30 do século XX, [...] foram enviados esforços na maioria dos países do mundo para proporcionar um desenvolvimento econômico, considerado [...] sinônimo de crescimento econômico”. Nesse pressuposto, salienta-se que o desenvolvimento está ligado à ideia de liberdade, quando se consideram as necessidades das pessoas, em deter condições que as tornem independentes. De fato, a independência não tem possibilidade de se concretizar, pois a sociedade⁸ constitui ambiente, em que a dependência é necessária, onde as pessoas precisam umas das outras, por conta das relações sociais.

Dessa maneira, para que o processo de desenvolvimento aconteça, em ambiente no qual os poderes (público e privado) trabalham em conjunto, na gestão com vistas a definir o papel dos membros da comunidade. A integração, entre comunidade e gestão local, é essencial, para que possam ser convertidas efetivamente as estratégias de desenvolvimento⁹. No turismo, entre as estratégias de desenvolvimento estão as políticas alternativas que buscam o desenvolvimento, preservação de belezas naturais e arquitetônicas. O turismo, como política alternativa, é uma oportunidade de valorizar e resgatar tradições, folclore, culinária, lendas, histórias. Os elementos da memória coletiva contribuem para o estreitamento dos vínculos emocionais do povo com o lugar. Questões como essas são apresentadas por Coriolano quando do debate sobre turismo comunitário:

Entende-se por turismo comunitário aquele em que as comunidades de forma associativa organizam os arranjos produtivos locais, possuindo o controle efetivo das terras e das atividades econômicas associadas a exploração do turismo. Uma das primeiras ações é elaborar um pacto interno com todos os residentes em defesa de suas propriedades. Todos se comprometem com a preservação de suas terras, delas não se desfazendo e, aqueles que precisam de fato vendê-las submetem o negócio a apreciação da comunidade, que analisa quem é o comprador, verifica se ele pode ser um parceiro, e como pode ser feita essa parceria (CORIOLANO, 2006, p. 201).

⁸ Sociedade (*lat. societas*) A sociedade não é mero conjunto de indivíduos vivendo juntos, em um determinado lugar, mas define-se essencialmente pela existência de uma organização, de instituições e leis que regem a vida desses indivíduos e suas relações mútuas. Algumas teorias distinguem a sociedade, que se define pela existência de um contrato social entre os indivíduos que dela fazem parte, e a comunidade que possui um caráter mais natural e espontâneo (JAPIASSÚ; MARCONDES, 2006, p. 256).

⁹ Acredita-se que as estratégias de desenvolvimento local são capazes de proporcionar crescimento tanto para a localidade quanto para a sua população, visto que são necessárias condições que viabilizem a ocorrência desse processo impulsionando a comunidade, junto à gestão local na participação, e efetivamente trazendo benefícios na dimensão comunitária (VIEIRA; PUTRICK; CURY, 2014, p.543).

Nos municípios, o impacto da valorização do capital e do cultural do território se dá na esfera pública, com políticas que acometem o território. As políticas públicas do turismo são uma fissura do Estado no território, sob o discurso de atuar de forma sincrônica com políticas da educação, saúde, habitação, transporte. Tem como premissa reduzir pobreza naturais e criadas pelo sistema capitalista. Com objetivo de melhorar acesso a serviços básicos do cidadão. Políticas particulares se originam na empresa e preenchem brechas deixadas pelo Estado, em muitos casos, como modelo de responsabilidade socioambiental. Com justificativa, têm a aceitação das comunidades e inserem empresas na região. Buscam lucros exorbitantes com aumento do consumo dos serviços, e da transformação do território, com a inclusão de elementos diferenciados.

Consideram-se políticas alternativas as desenvolvidas em comunidades cujos princípios se vinculam ao bem-estar comunitário. Existe, na atividade turística, geração e dispersão de renda e trabalho mantendo equilíbrio natural, social e econômico do lugar, de forma que as gerações futuras possam sobreviver no mesmo território.

Analisar políticas públicas de turismo dos municípios, compreendidos na Rota das Emoções, é algo instigante. Implantam-se nos municípios, com vistas a estabelecer novas condições de expansão da atividade turística. Atendem necessidades de determinados grupos, e, com isso, algumas atividades econômicas são impulsionadas. É necessária a análise de diferentes níveis de escalas para compreensão de como ocorrem interferências concretamente. O debate público, privado e alternativo é a base das ações de planejamento do Estado, com vistas a planejar e formar Estado Moderno.

No Piauí, no setor turístico, essa composição utiliza-se pelas mudanças na organização político-econômica. Com o poder do empresariado, faz-se nova composição, em que Estado e iniciativa privada atuam em favor de novo modelo de administração pública. Contudo, com modelo contra-hegemônico da esfera alternativa, há movimento de indução de novo modelo de política. Com vistas a entender os elementos, tem-se a necessidade de analisar e de entender a Rota das Emoções e rebatimentos, nos municípios, e enlaces entre Estado, iniciativa privada e sociedade civil.

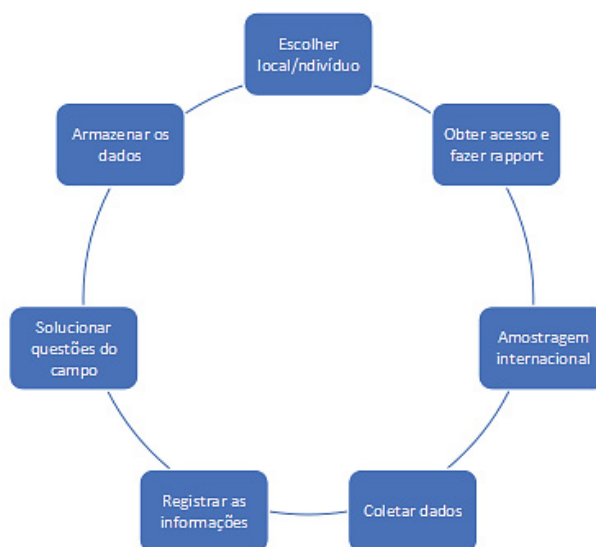
2.6 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A análise de conteúdo, como instrumento de investigação, para auxílio como ferramenta de pesquisa, com maior profundidade, concepções dialéticas (TRIVIÑOS, 1987). Assim, como concepção de ciência, a análise de conteúdo é prática neutra, no plano do significado do texto, no alcance do que há por trás do que se diz. Definição de análise de conteúdo é como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, conhecimento e indicadores de variáveis concluídas (BARDIN, 1977).

A análise de conteúdo possibilita fornecimento de técnicas suficientes para garantia do verdadeiro significado da mensagem. Para Bardin (1977), a análise se dá para estudo “das motivações, atitudes, valores, crenças, tendências”. Os pesquisadores, pela análise, buscam identificar ideologias contidas em dispositivos legais, diretrizes, princípios que, no cenário simples, não se apresentem com clareza. (TRIVIÑOS, 1987). A análise de conteúdo tem função de desvendar criticamente. Utilizou-se diferentes fontes de dados, entre elas: entrevista, *blogs*, site, jornal, discursos políticos e relatórios oficiais.

Quanto à delimitação geográfica, a área de estudos compreende os municípios de Parnaíba, Luís Correia, Cajueiro da Praia e Ilha Grande, no Estado do Piauí, pertencentes à Rota das Emoções. Quanto a delimitações temporais, escolheram-se os anos de 2004 a 2016, avaliando, além de documentos de monitoramento, projeto, evolução da infraestrutura e paisagem das regiões. Na coleta de dados, desenvolve-se círculo de atividades inter-relacionadas (Figura 2).

FIGURA 2 – CÍRCULO DE ATIVIDADES INTER-RELACIONADAS



FONTE: CRESWELL (2014, p. 122).

Para acesso às informações, projetos atuantes, bem como conversas, a observação foi a técnica usada e assim ganha-se confiança do “guardião” das informações. “Esse guardião é o contato inicial para o pesquisador e conduz o pesquisador até os outros participantes” (HAMMERSLEY; ATKINSON, 1995, *apud* CRESWELL, 2014, p. 128). Para acesso aos dados, foi redigido termo de consentimento, dando aos participantes direito a dispensa do estudo a qualquer momento. Esclarecido o porquê da escolha do local, especifica-se o propósito central do estudo, bem como garantia de confidencialidade dos respondentes, benefício aos participantes, forma de acesso e de apresentação de resultados, com assinatura do participante e do pesquisador.

Como participantes da amostra, inserem-se os representantes de entidades públicas e privadas dos quatro municípios do Piauí e não de quatorze da Rota, por entender que, dessa forma, pode-se empregar variação máxima como estratégia de amostragem e aprofundamento de questões pertinentes, o que não seria possível, com abrangência de três estados e quatorze municípios. Amostragem de variação máxima:

[...] é uma abordagem popular em estudos qualitativos. Essa abordagem consiste da determinação antecipada de alguns critérios que diferenciam os locais ou participantes e depois a seleção dos locais ou participantes que são bem diferentes segundo os critérios (CRESWELL, 2014, p. 130).

Quanto ao tipo de amostragem, a escolha dos participantes de quatro municípios e do órgão de Turismo Nacional se deu com vistas a que pudessem informar a compreensão do problema de pesquisa. O conceito de amostragem intencional usado na pesquisa significa que o investigador seleciona indivíduos e local para estudo, por poderem intencionalmente ter a compreensão do problema de pesquisa e fenômeno central do estudo (CRESWELL, 2014, p. 130). O tamanho da amostra, em pesquisa, não diz respeito somente à quantidade de locais e indivíduos a estudar, “mas também coletar amplos detalhes sobre cada lugar e indivíduo estudado”. (CRESWELL, 2014. p. 130).

Consideraram-se múltiplas formas de coleta de dados recomendadas por Yin (2009), entre as quais, documentos, registro de arquivos, entrevistas, observação direta, observação participante. Livros inteiros estão disponíveis, sobre entrevistas e observações em procedimentos sugeridos por Creswell (2014).

Devido ao valor global, documentos desempenham papel explícito, em qualquer coleta de dados. Buscas sistemáticas por documentos relevantes tornam-se importantes em qualquer planejamento para a coleta de dados. Na visita de campo, divide-se o tempo com bibliotecas e centros de referência. Pede-se permissão para exame de arquivo da organização consultada, incluindo revisão de documentos.

O agendamento das atividades de recuperação é questão geralmente flexível, independentemente de atividades de coleta de dados e a busca, em geral, é de maneira e hora preferidas. Por essa razão, há pouca justificativa para omissão de revisão completa de evidências documentais. Entre elas, informes de jornal constituem fontes excelentes para tratar de determinados tópicos (YIN, 2009, p. 114).

Analisaram-se documentos oficiais que embasam e apresentam o Programa: Plano Nacional do Turismo (2003-2007; 2007 – 2010; 2013 – 2016); Introdução à Regionalização (2007); Módulos Operacionais (2007); Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo (2010) e Diretrizes Operacionais do Programa (2013). Com a análise, construiu-se a linha do tempo para avaliação do Programa, nos municípios da Rota das Emoções.

A análise dos documentos norteadores é importante para o desenvolvimento da avaliação de processos, é que se dizem completos quando incorporam conceitos e modelos capazes de captação do sentido lógico dos programas, considerando-os

movidos pelo interesse, conflitos e eventuais negociações (DRAIBE, 2001). Para Lima (2017, p. 165), “particularmente importante é estabelecer a definição temporal, os atores estratégicos que foram mobilizados para a implementação nos diferentes momentos e quais foram os subprocessos, os estágios em que se dividiu a implementação”.

O autor chama a atenção para o cuidado na análise de certos tipos de documentos, de propostas e de programas, em que se têm informações como verdades absolutas. Para Yin (2009, p. 115), “você precisa se lembrar de que todos os documentos foram escritos com algum objetivo específico e para algum público específico, diferentes daqueles do estudo de caso que está sendo realizado”.

As informações coletadas foram documentos, registros, entrevistas, observações, registrados em notas de campo, entrevistas e protocolos observacionais. A intenção é transmitir, por meio da matriz, a profundidade e as múltiplas formas de coleta de dados. Foram coletadas informações de páginas do *Facebook*, bem como sites governamentais, *WhatsApp*, jornais locais (Quadro 3).

QUADRO 3 – MATRIZ DE COLETA DE DADOS: TIPOS DE INFORMAÇÃO POR FONTE

Nº de informantes	Informação/fonte de informação	Entrevistas	Observações	Documentos
4	Integrantes do Conselho Municipal	Sim	Sim	Sim
4	Integrante do Conselho Estadual de Turismo	Sim		Sim
5	Gestor Municipal de Turismo	Sim		Sim
2	Gestor Estadual de Turismo	Sim	Sim	Sim
1	Gestor Federal de Turismo	Sim	Sim	
1	Empresa de Consultoria	Sim		Sim
4	Representante de Empresas Locais	Sim	Sim	
2	Representantes de Instituição de Ensino Superior	Sim	Sim	
4	Representantes da Comunidade Local	Sim	Sim	

FONTE: O autor (2017).

Os passos na condução de entrevistas seguem o processo de Creswell (2014).

- Perguntas de entrevista, abertas, gerais e focadas na compreensão do fenômeno central do estudo;
- Entrevistas por telefone: o modelo “oferece a melhor fonte de informações quando o pesquisador não tem acesso direto aos indivíduos” (CRESWELL, 2014, p. 135).
- Entrevistas individuais, apesar de se ter indivíduos hesitantes em falar, buscou-se ambiente de facilitação. “O entrevistado menos articulado e tímido acarretará um desafio para o pesquisador e apresentará dados menos do que adequados”. Para procedimento de registro utiliza-se gravador.
- Protocolo de entrevista, com questões e com espaço para respostas e comentários. As perguntas foram formuladas como subperguntas no estudo de pesquisa, expressas de forma que entrevistados pudessem entender.
- Perguntas e procedimentos redefinidos pelo teste piloto.

As entrevistas foram espontâneas; informantes-chave e guardiões, indagados quanto aos assuntos relacionados, assim como pediu opinião sobre determinados eventos, no período de novembro de 2017 a agosto de 2018. Nos meses de novembro, dezembro, janeiro de 2017, aplicam-se entrevistas com 4 empresários (Parnaíba, Luís Correia, Cajueiro da Praia e Ilha Grande); 1 da área de receptivo turístico; 2 da hotelaria; 1, agência de viagem. Em maio de 2018, as entrevistas foram feitas com 2 representantes de instituições de Ensino Superior que desenvolvem pesquisa na Rota das Emoções.

Ao todo, 27 entrevistas. O foco está na observação e caracterização da realidade, e operacional da Rota das Emoções, no contexto do turismo do Nordeste. Assim, identificam-se avanços e recuos e benefícios gerados nos municípios.

Percorreram-se 14 municípios da Rota das Emoções, com informações de secretários ou diretores dos órgãos de turismo dos municípios. Visita a Teresina, para entrevista com o representante do Órgão Estadual de Turismo, em abril de 2018. O contato com o representante do Ministério do Turismo se deu em evento, no município de Parnaíba/Piauí, em junho de 2018. A entrevista com representante do

SEBRAE foi no mês de maio de 2018. Entrevistas com artesãos e representantes de associações de pescadores, em junho de 2018. Durante 2016 e 2017, participação da Festa de Nossa Senhora da Conceição, no Município de Luís Correia. Trabalho, pela observação direta, entrevistas e conversas informais.

Nenhum entrevistado tem o nome ou função divulgados e, ao longo da análise dos dados, a referência se dá na forma de interlocutor (A, B, C, D....). Não se mencionam nomes para preservação dos informantes, considerando poderem sofrer algum tipo de represália, por ocuparem cargos públicos, ou atuarem, em conjunto, em instituições. Para confirmação de informações do PDITS 2012, o contato é com um consultor da Empresa responsável por telefone.

As dificuldades da coleta dos dados são ausência de documentos *online*, indisposição dos guardiões em cedê-los, falta de interesse dos principais envolvidos em participar da pesquisa, desconfiança quanto à utilização dos dados e informações errôneas repassadas, com o intuito de atribuir problemas a instituições.

Houve dificuldade de dados recentes sobre infraestrutura básica de fornecimento e qualidade de energia elétrica, saneamento básico, telefonia móvel, *internet*, segurança pública, em cada município da área do estudo, o que leva à complementação de informações coletadas com observações *in loco* e com conversas com a população nas visitas. Informações armazenadas em notas de campo, com fotos do local, transcrições na íntegra das entrevistas e arquivos de computador.

3 ESTADO DO PIAUÍ NO CONTEXTO DO NORDESTE TURÍSTICO

O turismo contribui na composição de forças em escalas que vão da global à local. Novas tecnologias incorporadas à atividade turística e globalização aproximam viajantes e encurtam distâncias entre destinos, facilitam o acesso a informações sobre regiões a serem visitadas; e mudanças em relações de trabalho e de lazer contribuem para que o turismo se torne tendência social e econômica (SOUZA; FALKEMBACH; DAVAL, 2010). O turismo de sol e praia é o segmento de destaque na procura pelos turistas. Entretanto turismo religioso, turismo de eventos, turismo social, turismo ecológico e comunitário, têm procura ampliada nos últimos anos. Segundo Silva e Santos (2014, p. 5):

No caso particular de segmentos: turismo ecológico e de natureza constata-se que ganham espaço entre um grupo de pessoas interessadas em conhecer determinados lugares, nos quais a natureza encontra-se conservada e (ou) preservada (Áreas protegidas e Reservas naturais). Trata-se de pessoas que buscam além do lazer, uma filosofia de vida em maior sintonia com as questões socioambientais e preocupam-se com a sustentabilidade e com a qualidade ambiental integrada. O turismo, talvez mais que qualquer outra atividade, depende da qualidade e coesão ambientais, entre natureza, espaços humanizados e planejamento territorial.

Como toda atividade econômica, o turismo gera benefícios e prejuízos aos lugares explorados. Trabalhar o turismo, com a aplicação do conceito de sustentabilidade, traz contribuições à questão socioeconômica ambiental. A seguir traça-se panorama do Piauí, no contexto turístico do Nordeste.

Seguindo a tendência mundial, o turismo é inserido em pauta de discussão política e econômica. O Estado considera a política do turismo estratégica, como atividade econômica, capaz de gerar divisas, crescimento e desenvolvimento econômico, pela reestruturação dos territórios e consumo de espaços. Belezas naturais, história e cultura são capazes de atrair turistas, de contribuir para o fortalecimento, dinamização e inserção de lugares no mercado globalizado (CORIOLANO; FERNANDES, 2005).

O turismo tem contribuído para superação de crises econômicas em países. Tendo como exemplo a crise econômica da Grécia, na metade do século XXI, em que o turismo foi responsável pela geração de emprego e fonte de receita e renda.

No Brasil, mesmo sendo o turismo alternativa de crescimento, o planejamento de políticas públicas é incipiente e não consegue mobilizar grandes

fluxos. Em vários países, foram adotadas estratégias de combate às disparidades regionais e desigualdades sociais, estratégias criadas pelos estudiosos que fazem a análise do turismo e do desenvolvimento em países desenvolvidos (IONNIDES; DEBBAGE, 1997) e em desenvolvimento (CAZES, 1999; RODRIGUES, 1997; BENI, 2012).

Para estudiosos, turismo é a forma de valorização do território, além de crescimento da economia de países emergentes. O crescimento do fluxo de turistas, globalização, desenvolvimento de novas tecnologias e de tendências são alguns dos obstáculos a que o turismo tem de se adequar. Nesse sentido, fez-se necessária a criação de políticas públicas, inovadoras e integradoras, assim como assegurar o turismo como ramo econômico competitivo e rentável, no decorrer dos anos.

No Brasil, o Ministério do Turismo, reconhece a necessidade de que a atividade turística seja inserida em agendas estratégicas de negócios e desenvolva parcerias público-privadas para o turismo (BRASIL, 2015).

A infraestrutura urbana básica imprescindível à vida do residente serve de apoio ao turista que dela usufrui, preparada a partir das políticas públicas. A infraestrutura atrai turistas, e organiza o espaço para implantação de redes de restaurantes, *resorts*, hotéis. Benefícios fiscais estão entre as estratégias estatais para captação de empreendimentos para territórios. Com lucro gerado pelos empreendimentos, as políticas públicas, *marketing* turístico, mobilização de turistas, em alguns casos, comunidades, territórios turísticos se formam e se consolidam.

Contudo é preciso reconhecer a capacidade de o turismo projetar transformações de territórios, sem panaceia de resolver todos os problemas decorrentes de modelo de desenvolvimento centrado na economia. Desenvolvimento turístico não significa desenvolvimento, pois nenhuma atividade econômica setorial assegura o desenvolvimento global que contemple todas as dimensões da vida social (CRUZ, 1999).

O turismo continua a demonstrar o papel chave na geração de atividade econômica. O continente europeu é o mais procurado pelos turistas de todo o mundo (51,8%) Os principais países receptores de turistas são França, Estados Unidos, China, Alemanha, Reino Unido, África e Rússia em 2017. Segundo a Organização Mundial do Turismo, em 2017, 1,3 bilhão de turistas viajaram pelo mundo. Em relação ao ano de 2010, houve crescimento de 7%. O número de

visitantes subiu 84 milhões e as receitas do turismo internacional subiram 5% (ONU, 2017).

Em 2017, exportações geradas pelo turismo atingiram US\$ 1,6 trilhão. Assim, o turismo está como terceira atividade de exportação mundial, com US\$ 4 bilhões por dia. No mesmo ano, o Brasil teve cerca de 6,5 milhões de visitantes. As receitas oriundas do turismo aumentaram 3,8%, nos últimos sete anos.

Na lista de 136 países ordenados de acordo com o potencial competitivo dos diversos serviços de viagem e turismo, o Brasil ocupa 27º lugar (FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL, 2017). Entre os países da América do Sul, o Brasil é o primeiro da lista, líder do *ranking* mundial de recursos naturais. A evolução de posto do País, no relatório, é expressiva, é que, na edição de 2013 do *Travel & Tourism Competitiveness Report*, o Brasil ocupa a 51ª posição.

Em países da América do Sul, assim como no Brasil, o turismo é relevante atividade do setor econômico. Segundo informações do Ministério do Turismo, no documento intitulado Estatísticas Básicas de Turismo Brasil - Ano base 2015, houve aumento das atividades vinculadas ao turismo conforme dados dispostos (Tabela 1).

TABELA 1 – ESTATÍSTICAS DO TURISMO NO BRASIL – BASE 2010 - 2015

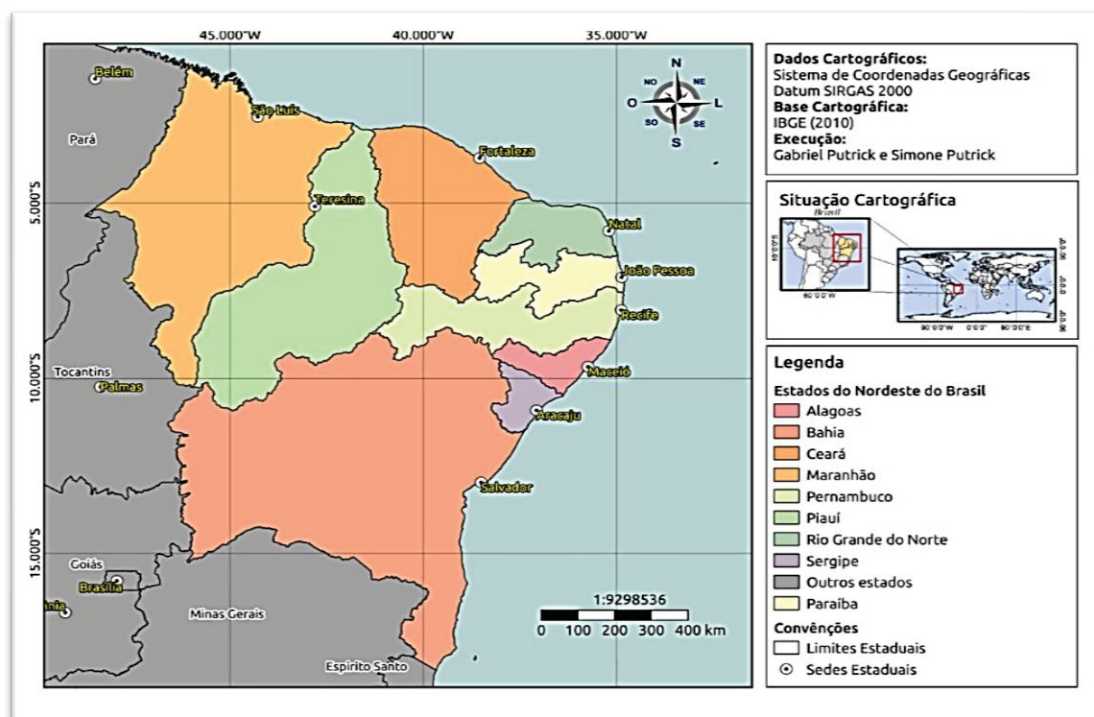
INFORMAÇÕES	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Chegadas de turistas internacionais à América do Sul	23,2	25,2	26,8	27,2	29,1	30,8
Principais países receptores de turistas internacionais – Brasil	5,2	5,4	5,7	5,8	6,4	6,3
Receita cambial turística na América do Sul		23,1	24,3	24,7	25,7	25,6
Receita cambial turística dos principais países receptores de turistas – Brasil		6,1	6,4	6,5	6,8	5,8

FONTE: Adaptada de OMT (2015); MTUR (2015).

A macrorregião Nordeste do Brasil apresenta amplos potenciais de desenvolvimento, no âmbito do turismo. O litoral é grande receptor de investimentos turísticos. Os estados da região apresentam grande potencial ou vocação turística, haja vista inúmeros atrativos.

Mapa 1: Estados da Região Nordeste do Brasil. O Piauí é o único da Federação cuja capital não está no litoral.

FIGURA 3 – O ESTADO DO PIAUÍ NA REGIÃO NORDESTE DO BRASIL



FONTE: GABRIEL PUTRICK; SIMONE PUTRICK (2017).

Territórios nordestinos, transformados em destinos turísticos, têm reconhecimento internacional e nacional. O processo resulta de ações, relações e de fatores endógenos e exógenos, cuja centralidade de interesses é antagônica aos dos residentes (CRUZ, 1999). Assim, ações hegemônicas são exercidas pelos grupos externos às comunidades. Sendo o turismo atividade geopolítica, não se restringe a interesses locais.

A atividade é de grande contingente de pessoas para atuar nos serviços. A força de trabalho, no Nordeste, não está totalmente capacitada. O modelo organizacional de turismo convencional tradicional, adotado pelos investidores, atende ao turista internacional e nacional. Os espaços turísticos têm se ampliado com rodovias, facilitação de deslocamento e ampliação dos serviços turísticos. O turismo tem se reconfigurado para atendimento ao turista que visita a região, mas, em espaços turísticos, faltam serviços especializados, o que causa insatisfação e atraso da região.

O turismo é planejado, sob o discurso de melhorias sociais, ampliação de postos de trabalho vinculados à atividade. Com a internet, o turista vê o lugar antes de visitar, porém a mídia apresenta apenas espaços espetacularizados. Neles, convivem antagonicamente serviços modernos de atendimento ao turismo de luxo e

comunidades dependentes de políticas assistencialistas, projetos de cisternas ou de abastecimento de água pelos carros-pipa (ANDRADE, 2005).

O espaço rural também tem sofrido mudanças significativas. Com a modernização, agricultura irrigada, ampliação do cultivo da soja pela Bahia, Maranhão e Piauí; a pecuária e a produção das indústrias madeireiras causam desmatamento e desertificação. Com a reestruturação rural produtiva, há redução no tempo de plantio e de colheita, ampliação quantitativa dos produtos e aumento dos lucros (ELIAS, 2005). Na contramão do processo, a força de trabalho desqualificada tem que migrar do campo para grandes cidades, principalmente para capitais, em busca de trabalho e de condições de sobrevivência.

Com apoio estatal, grandes corporações e grupos empresariais contornam o problema da seca do Nordeste. Com a justificativa de ampliação da oferta de trabalho e renda, são promovidos a modernização da produção e o desenvolvimento da agricultura irrigada. Para Dantas (2003), assim há uma propagação da veiculação de nova realidade socioeconômica pela mídia, com propagação do semiárido nordestino moderno, irrigado, paralelo às políticas de turismo.

Problemas ambientais, descontinuidades e heterogeneidades são comuns no processo de urbanização das cidades. Situações como valorização de espaços, em detrimento outras, denotam contradição no espaço e na sociedade. Em meio a conflitos espaciais tem-se a formação de cidades médias.

O litoral desempenha papel importante na turistificação das cidades, sendo atratividade turística. A formação das cidades se dá pela configuração de redes, com escoamento e fluxo de pessoas, capitais e mercadorias. O espaço litorâneo é comercializado em relações capitalistas de produção, nas quais espaços, belezas naturais e culturais se tornam produtos comercializáveis.

Espaços são concorridos, com territórios valorizados e seletos para o capital. Contudo outros são negligenciados, desinteressantes aos investidores, territórios tidos como opacos. A representatividade da relação dialética do território usado é território negligenciado. Assim se constituem relações de produção e reprodução da relação territorial regulada pelo dinheiro globalizado e espaços turísticos que ampliam o poder de grupos e territórios específicos.

No turismo, áreas selecionadas recebem benefícios econômicos de investimento e de financiamento de parcerias público-privadas, entre Estado e investidores. Recomenda Yázigi (2009) o Brasil priorizar a si, sua cultura, identidade

e organização do território, para posteriormente atender as exigências da atividade turística. A organização do território é fundamental para o turismo e indispensável ao habitante comum. Não se trata apenas de organização, mas de procedimento que requer política, responsabilidade e envolvimento da sociedade.

3.1 O ESPAÇO GEOGRÁFICO DO PIAUÍ TURÍSTICO

O Estado do Piauí é um dos nove da Região Nordeste do Brasil, com população em torno de 3.264.531 habitantes, em área de 251.529,186 km², resultando densidade demográfica de 12,4 habitantes por km², distribuídos nos 227 municípios (IBGE, 2018). Apresenta limites geográficos a norte com o Oceano Atlântico, a leste com o Maranhão, a oeste com o Ceará e Pernambuco, e ao sul com a Bahia e Tocantins.

A materialização do poder se dá nos territórios com implantação e gestão de políticas públicas. Questões de necessidade básicas como: saúde, moradia, educação, turismo impulsionam o planejamento político e transformação dos territórios. Contudo crises de ordem política e econômica, no contexto internacional ou nacional, geram questionamentos quanto à eficiência da gestão, de políticas públicas, à credibilidade de instituições, à transparência no gasto público e no Estado. Para Bonfim e Silva (2003):

Do ponto de vista político, um traço que ressalta à formação social piauiense é a persistência de uma característica de "fechamento" de seu subsistema político, no sentido de que o acesso aos recursos de poder esteve concentrado nas mãos de alguns poucos, que, a partir do controle à entrada, passaram a exercer a prerrogativa de definir quem, ou quem não, deveria ascender às posições de comando da política estadual. Esse é um dos muitos sentidos em que é possível falar de oligarquia, governo caracterizado por formas de recrutamento político baseadas em critérios de adstrição, ou seja, que erguem obstáculos àqueles que desejam participar da vida pública (BONFIM; SILVA, 2003, p. 13).

Pelo planejamento, o Estado exerce influência no processo de produção e de decisão nos territórios. Com a aplicação de políticas públicas, atrai investimentos públicos e privados, ordena o território no desenvolvimento de atividades como o turismo.

No documento Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil do Ministério do Turismo 2012-2016, o estado não chega a ser citado

(BRASIL, 2012). Os municípios de Salvador (BA), Fortaleza (CE), e Natal (RN) são os únicos da Região Nordeste que se destacam como destinos para viagem de lazer.

São escassos os dados do Ministério do Turismo relativos a fluxos turísticos emissivos e receptivos (BRASIL, 2012). O Piauí contribui com 0,7% das viagens realizadas no Brasil, sétimo menor emissor de turistas, entre todas as Unidades da Federação. Em termos de geração de receitas turísticas, sua participação é de 0,8% do total do país.

Tabela 2: principais estados emissores de turistas para o Piauí, e principais geradores de receitas.

TABELA 2 – PRINCIPAIS ESTADOS EMISSORES E GERADORES DE RECEITA PARA O PIAUÍ

PRINCIPAIS EMISSORES DE TURISTAS PARA O PIAUÍ		PRINCIPAIS GERADORES DE RECEITA	
PI	62,63%	PI	48 %
MA	17,3%	DF	13,5%
PE	5,4%	MA	10,1%
DF	5,1%	SP	6,8%
SP	3,6%	PE	3,7%
CE	2,6%	PR	2,7%
GO	1,2%	RS	2,3%
SE	1,1%	GO	2,2%
RS	1,1%	CE	2,2%
BA	0,9%	BA	1,2%
OUTROS	4,4%	OUTROS	6,6%

FONTE: Adaptado de FIPE (2016).

O maior percentual de turistas é oriundo do próprio estado, assim como a maior receita gerada é pelos turistas piauienses. No documento de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil, referente ao ano de 2014, o volume do turismo doméstico consistiu em 1.154.000 viagens (BRASIL, 2014). O Piauí recebe o menor número de viagens domésticas do Nordeste (1.157.000), inclusas viagens tendo como origem e destino o Estado (Tabela 3).

TABELA 3 – FLUXO TURÍSTICO ESTIMADO DA REGIÃO NORDESTE 2002-2014

ESTADOS	ANO												
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
BA	4.428	4.709	4.897	5.093	5.348	5.493	5.502	5.980	6.399	6.879	7.395	7.972	8.649
PE	3.277	3.313	3.352	3.498	3.530	3.643	3.776	3.945	4.258	4.558	4.783	5.070	5.295
CE	2.685	2.396	2.806	3.150	3.299	3.368	2.528	3.997	4.361	4.614	4.852	5.088	5.284
RN	1.424	1.452	1.783	2.082	2.187	2.180	2.201	2.327	2.575	2.596	2.618	2.640	2.727
AL	1.334	1.519	1.428	1.651	1.603	1.521	1.788	2.088	2.020	2.402	2.553	2.883	2.887
MA	790	728	958	1.061	1.410	1536	1.497	1.581	1.787	1.850	1.914	1.981	2.051
SE	464	509	487	534	536	586	600	602	694	747	938	971	1.005
PB	909	759	949	1.018	1.096	1.151	1.194	1.271	1.360	1.409	1.513	1.598	1.663
PI	621	498	435	518	563	631	661	722	882	1.032	1.071	1.112	1.154

FONTE: Adaptado de Banco do Nordeste e PDITS (2012).

O Piauí é o segundo Estado da Região Nordeste, com menor número de turistas, atrás somente de Sergipe. O gasto médio é de R\$ 727,67 para grupo de turistas que ganha até 4 Salários Mínimos (SM). Para o grupo que recebe de 4 a 15 SM R\$ 1.490,37; acima de 15 SM, o valor gasto é de R\$ 2.793,85. A Média Brasil, R\$ 916,06. O valor fica acima dos estados de Minas Gerais e Tocantins.

À análise de Estimativa do Número de Viagens¹⁰ por UF e por Classe de Renda, o número de viagens domésticas é de 2.732, para o grupo de turistas com até 4 Salários Mínimos (SM). Para o de 4 a 15 SM, 952 viagens, acima de 15 SM, número de 429. A Média Brasil é de 4.114.

Estudos e projetos de Governos Federal e Estadual, para o setor turístico tem em vista o aproveitamento de potencialidades naturais, para tanto, analisam-se dados estatísticos vinculados à prestação de serviços de profissionais e de equipamentos que dão suporte à atividade turística.

Informações do Anuário Estatístico do Ministério do Turismo do Estado do Piauí, referentes às empresas (Tabela 4) têm por base os anos de 2014 e 2015.

¹⁰ Ressaltamos que os resultados desta estimativa foram obtidos a partir de informações do número médio de viagens ocorridas em 12 meses e só declaradas ao final desse período de 2011.

TABELA 4 – ESTATÍSTICAS DO TURISMO NO BRASIL – BASE 2014-2015

Equipamentos, prestadores de serviços turísticos e profissionais da área de turismo cadastrados no Ministério do Turismo - Piauí	2014	2015
Agências de turismo	19	86
Acampamentos turísticos	-	-
Restaurantes, bares e similares	12	07
Parques temático	-	-
Transportadoras turísticas	116	126
Locadoras de veículos	04	10
Organizadoras de eventos (congressos, convenções e congêneres)	16	17
Prestadoras de serviços de infraestrutura para eventos	1	2

FONTE: Adaptada de Ministério do Turismo (BRASIL, 2015).

Informações sobre oferta hoteleira (2014, 2015) (Tabela 5), coletadas e disponibilizadas pelo Ministério do Turismo e Cadastro Único do Turismo (CADASTUR).

TABELA 5 – MEIOS DE HOSPEDAGEM DO ESTADO DO PIAUÍ

OFERTA HOTELEIRA, CADASTRADA NO MINISTÉRIO DO TURISMO – PIAUÍ					
2014			2015		
Meios de hospedagem (MH)	Unidades habitacionais (UH)	Leitos	Meios de hospedagem (MH)	Unidades habitacionais (UH)	Leitos
84	2.775	6.049	69	2.119	4.494

FONTE: Adaptada de Ministério do Turismo (BRASIL, 2015).

Com a modernização, são induzidos novos espaços para o capital. Os espaços utilizados não se restringem a áreas urbanas construídas artificialmente que englobam o tempo livre do trabalhador, em que o consumo do capital pelo trabalhador também se dá pelo turismo e lazer.

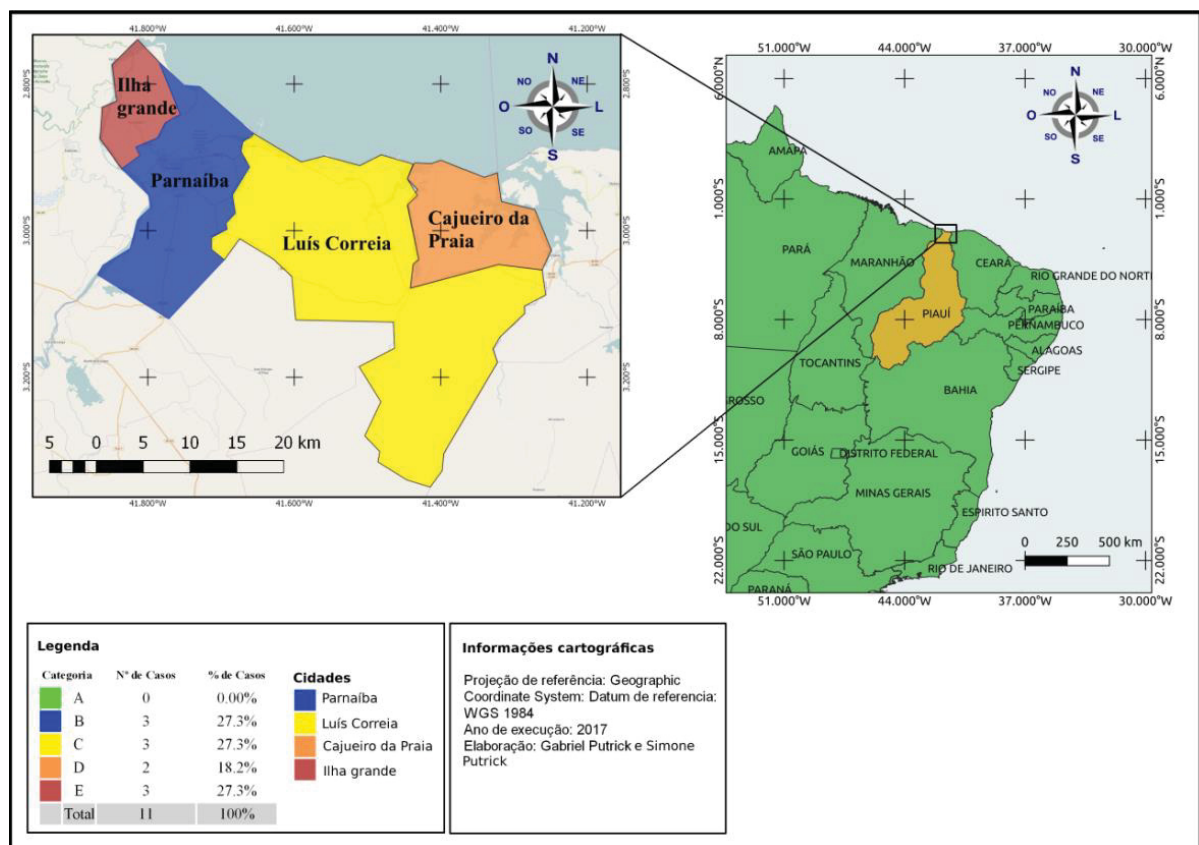
O consumo do espaço se analisa no movimento de generalização da transformação do espaço em mercadoria, que impõe ao uso a existência da propriedade privada das parcelas do espaço. Assim, o processo de reprodução do espaço aponta para a troca sobre os modos de uso, revela o movimento do espaço de consumo para o consumo do espaço (CARLOS, 1999, p.186).

Para o consumo de espaço, o estado transforma, em espetáculos, lugares, com inclusão de infraestrutura e apoio. Para Lefebvre (2008, p. 247)

Os espaços de lazer constituem objeto de especulações gigantescas, mal controlados e frequentemente auxiliadas pelo Estado (construtor de estradas e comunicações, aval direto ou indireto das operações financeiras) (LEFEBVRE, 2008, p.247).

O litoral é caracterizado pelas paisagens de cunho estratégico para o desenvolvimento do turismo. Ambientalmente é uma área de extrema vulnerabilidade. Por ser espaço diferenciado, o estado passa a investir na venda do litoral, que tem intenso investimento em infraestrutura e especulação imobiliária, mas a falta de planejamento na execução de obras impacta as comunidades residentes, com interferência em áreas litorâneas, elitizando-as, em função da necessidade do desenvolvimento econômico. Práticas tradicionais, pesca, agricultura de subsistência, são desprestigiadas pela expulsão de comunidades de espaços tradicionais, o que provoca o aprofundamento da condição de pobreza. Na Figura 4, os municípios banhados pelo litoral do Piauí.

FIGURA 4 – MUNICÍPIOS DO LITORAL PIAUIENSE



FONTE: GABRIEL PUTRICK; SIMONE PUTRICK (2017).

O litoral possui atrativos turísticos, patrimônio paisagístico, lagos, lagoas. Contudo Souza (2007) adverte que existem limitações em unidade geoambiental, e projetos de implantação viária, loteamento de terras e suporte para edificação devem ser planejados.

População litorânea que disputa o mesmo espaço geográfico para as mais diversas atividades e finalidades, entre elas a habitação, a indústria, o comércio, o transporte, a agricultura, a pesca, a aquicultura, o lazer e o turismo. Torna-se natural que, em um espaço restrito pelo adensamento populacional, grupos distintos disputem uma mesma área para atividades diferentes, muitas vezes conflitantes e até mesmo antagônicas. A ocupação desse espaço ocorrido está entre as principais causas de riscos ambientais na zona costeira. (CORIOLANO; VASCONCELOS, 2005, p.17).

Com a ocupação do litoral, há concentração de pessoas, de serviços e de mercadorias. Tal processo também é denominado litoralização (SOUZA NETO, 2018, p. 49) que “é a expressão da urbanização nas áreas litorâneas, sendo em sua maioria áreas não destinadas aos residentes e sim ao turista”. Para Luchiari (1998, p.4):

A urbanização turística coloca as cidades no mercado de paisagens naturais e artificiais. Algumas cidades chegam a redefinir toda sua vida econômica em função do desenvolvimento turístico, reorganizando-se para produzir paisagens atrativas para o consumo e para o lazer. Assim, estabelece-se uma relação entre antigas paisagens e velhos usos e novas formas e funções. E este movimento entre o velho e o novo impulsiona a relação do lugar com o mundo que o atravessa como novos costumes, hábitos, maneira de falar, mercadorias, modos de agir...Assim também a identidade do lugar é constantemente recriada, produzindo um espaço social híbrido, onde o velho e o novo fundem-se dando lugar a uma nova organização socioespacial.

Atrativos turísticos, equipamentos e serviços turísticos (meios de hospedagem, serviços de alimentação, guias de turismo, espaços de entretenimento) infraestrutura de apoio (segurança, comunicação, transporte) fazem com que o turismo se materialize em lugar turístico, que é a posição da produção e do consumo do produto, que, pela dinâmica da atividade turística, em algum momento, ocorre simultaneamente (FRATUCCI, 2000).

Condições de infraestrutura para o desenvolvimento são alocadas e implementadas para lazer e turismo. Com composição da diferenciação territorial, atrelada às mudanças provocadas pela promoção de políticas de turismo, no território, têm-se registrado na história altos e baixos do crescimento do lugar. As políticas públicas são responsáveis pela transformação dos territórios.

3.2 POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO: ENFOQUE NO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO

Políticas são ações que definem normas e ações para enfrentamento do confronto de interesses, no uso do espaço (CASTRO, 2012). A política, assim, é uma forma de controle, para formação, organização e atendimento de sujeitos sociais, a política dá condições de formação do espaço político, com vistas à disposição de direitos igualitários para grupos pertencentes ao espaço. São formas de mediação social, e de ajuste entre setores ou ainda de relação entre setores e sociedade global. Em determinadas circunstâncias, de acordo com interesses, há maior envolvimento do governo em determinadas áreas, desde a década de 1990, em políticas públicas do turismo no Brasil.

Para autores que tratam de agenda política (ALSTON *et al.*, 2004), isso é resultado da ação governamental, de atores, Presidente da República, membros do Congresso e sujeitos com interferência na política. O jogo político é explicitado em caso de política pública do turismo, prioridade no governo Collor de Melo, com a criação da EMBRATUR em 1996 e do Ministério do Turismo MTur em 2003, no governo Lula, e lançamento de Planos, Programas e Projetos turísticos.

No topo da agenda encontram-se as políticas que contribuem para fortalecer a estabilidade macroeconômica e o crescimento. Em nível inferior estariam políticas promovendo oportunidades econômicas e em seguida políticas visando a redução da pobreza. [...]. Assim, o foco do titular do governo está nas políticas macro (fiscal e monetária) e para alcançá-las utiliza políticas setoriais como moeda de troca no intuito de garantir votos no legislativo. Uma vez arbitrada essa questão, emergem as políticas de educação e saúde (com recursos mais ou menos fixos e difíceis de serem alterados) e por último as políticas “residuais e mais ideológicas” como reforma agrária e meio ambiente (FLEXOR; LEITE, 2006, p.6).

As políticas têm mudança de foco, conforme interesses político-econômicos: é o jogo político, relação de política e poder. O Estado tem autoridade de decisão (política é agir-poder), contudo, no final do século XX, dá-se alteração na dinâmica quando “as forças globais que decidem quanto às nossas perspectivas, na capacidade de fazer as coisas, nossa possibilidade de melhorar nossas vidas está fora do alcance de qualquer instituição política existente” (BAUMAN, 2012).

A valorização da atividade turística, em pauta de discussões da agenda política brasileira, formaliza a implantação da Política Nacional de Turismo (PNT), em 1996, principalmente em virtude de benefícios econômicos gerados nos países.

Para Cruz (2000, p.62), a importância econômica da atividade é traduzida em decorrência da:

Ascendente participação na composição do PIB mundial; a necessidade de diversificação das atividades produtivas nacionais, como forma de geração de divisas e empregos; e a difusão de certo senso comum no que se refere às “potencialidades naturais turísticas” do território nacional, principalmente em se considerando o binômio sol-praia e ecossistemas como Amazônia e Pantanal (CRUZ, 2000, p.62).

As políticas públicas implementadas pelo Estado, na Região Nordeste, em municípios do Piauí, são importantes. Fatores de implantação de infraestrutura básica de acesso estratégico de comercialização, de geração de emprego e renda e de conservação ambiental aparecem como metas e objetivos de planos e de programas turísticos, demonstram articulação de setores governamentais, turismo, economia e ambiente. Todavia o alcance do crescimento turístico, em escalas territoriais e empresariais, divulgado na mídia da conta do desenvolvimento regional e nacional, é da atividade turística.

O turismo é a prática geopolítica capaz de transformar territórios, ampliar postos de trabalho e desenvolver negócios. É a atividade econômica, contudo não pode ser pensado como política de combate ao subdesenvolvimento (CORIOLANO; FERNANDES, 2005). Não será a Rota das Emoções capaz de resolver os problemas sociais, contudo, no presente, pode ser a oportunidade de desenvolvimento socioeconômico, em municípios com potencialidades turísticas.

O passado se constitui no presente que se torna passado, base para entendimento do presente e construção do futuro do Piauí. Para Silva (2013), a história procura fazer correlação entre passado e futuro. Então, a forma como piauienses estão conduzindo o presente precisa garantir um futuro com liberdade, desenvolvimento, modernidade e realização dos piauienses.

A evolução do quadro político – institucional do turismo brasileiro tem se constituído ao longo do tempo. Buscaram-se adequações e construções, bem como formulações e reformulações com vistas à adequação no campo administrativo da gestão pública da atividade turística. Na harmonização com tendências nacionais e internacionais, muitas vezes, houve equívocos na construção única de políticas para as regiões brasileiras, sem que se distinguíssem comportamentos sociais, políticos, econômicos e culturais que necessitam de aportes distintos. A exposição

compreende o período em que se inicia a construção da política com vistas ao planejamento.

A constituição da Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR - 1958-1962) é o marco sinalizador do início do planejamento do turismo, em nível nacional. O Decreto-lei n. 44.863, de 21 de novembro de 1958, define a comissão encarregada de coordenar, planejar e executar a Política Nacional do Turismo (PNT). Infelizmente a PNT não chega a ser formulada. Tem-se que autoridades responsáveis não estavam interessadas em desenvolver ações que complementassem particularidades regionais nem as integrassem às tendências internacionais.

A COMBRATUR foi extinta em 1962, pelo Decreto-lei n. 572/62. Pela Lei n. 4.084 de 29 de dezembro de 1961, inciso III, artigo 19, cria-se a Divisão de Turismo e Certames (DTC - 1962-1966), subordinada diretamente ao Departamento Nacional de Comércio cuja competência é promover a articulação política interna e externa, entre órgãos públicos e entidades privadas. Deu-se início ao cadastramento e fiscalização de agências de viagem, cria-se o Calendário Nacional de Exposições, organiza-se o primeiro Guia de Turismo Nacional (ARAUJO; CÉSAR, 2012).

O Decreto-lei n. 55/66 foi responsável pela veiculação da Política Nacional do Turismo à criação do Conselho Nacional de Turismo (CNTUR) e à Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR), fase em que o desenvolvimento da atividade turística, no Brasil, ocorre por intermédio de esforços isolados da iniciativa privada e órgãos regionais da administração pública, não havendo articulação entre as normas editadas e a atividade.

A compreensão é que o decreto 55/66 da segunda fase do turismo busca instituir estrutura oficial, organizada e especializada em turismo, subordinada ao Ministério da Indústria e do Comércio, até os anos 1990. O governo almejava incrementar controle sobre a atividade turística, via aumento da regulamentação. O CNTUR e a EMBRATUR constituíam a cúpula do Sistema Nacional de Turismo (SISTUR), que compreende entidades: órgãos regionais de turismo, instituições públicas e privadas credenciadas e associações de classe do setor turístico.

O CNTUR é responsável por coordenar, formular e dirigir a Política Nacional de Turismo, além de autorizar empresas à exploração da atividade e serviços turísticos. A EMBRATUR, empresa pública, executa decisões do órgão normativo (CNTUR). Identifica-se, nesse período, disseminação de linhas de crédito e

programas de financiamento (Fundo Geral do turismo (FUNGETUR) e Fundo de Investimento Nordeste (FINOR), entre outros), na ampliação da atividade turística de hospedagem. O Decreto-lei 55/66 contempla o turismo como atividade com potencial para minorar diferenças regionais, especialmente no campo econômico, harmonizando-o com o Plano de Ação Econômica do Governo (PAEG - 1964-1966).

No que se refere à Política Nacional de Turismo (PNT), identifica-se a necessidade de articulação entre poder público e privado, participação de múltiplos atores sociais, vinculados ao turismo. No período, a concepção de políticas públicas nacionais de turismo estava a cargo efetivamente da EMBRATUR, o que contribuiu para esvaziamento do CNTUR, que coordena a PNT.

A macrorregião Nordeste se incorpora às políticas de regionalização do turismo e passa a foco de programas perpetrados com cunho de desenvolvimento regional. Em alguns casos, as políticas se justificam da dependência e compensação. Fomentam o discurso de correção do atraso nordestino, em comparação com o centro-sul. O turismo aparece pela primeira vez, na Constituição Federal, em 1988, art. 180, título VII, “a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico”.

A terceira fase tem início, em 1990, até os dias atuais. Em 1990, o turismo é base de organização espacial, o termo região é incorporado à estruturação de planos e programas. Entre políticas públicas que têm como eixo de atuação o turismo, Plano Nacional de Desenvolvimento II (PND), com programas de planejamento turístico, em escalas, municipal e estadual. Entre os autores dos projetos, há grande influência regionalista de Gilberto Freyre, que escreveu Manifesto Regionalista (1926). Inspirada pela linguagem de Freyre, a EMBRATUR realiza o I Encontro de Promoção Turística do Nordeste.

A lei n. 8.181/91 define nova configuração da gestão pública de turismo no Brasil. A EMBRATUR é chamada de Instituto Brasileiro de Turismo, autarquia subordinada à Secretaria de Desenvolvimento Regional, órgão ligado diretamente à Presidência da República, que formula, coordena e executa a PNT. Nesse ano, têm início as atividades do Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste (PRODETUR/NE).

Em 1991, a estruturação do Plano de Desenvolvimento do Turismo, que estabelece a condução da atividade turística planejada, com vistas à geração de

divisas e de renda (FERRAZ, 1992). Nesse período, realiza-se, no Rio de Janeiro (1992), a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente Desenvolvimento (ECO-92), o que resulta na inserção da questão ambiental na legislação turística. As questões ambientais são introduzidas na política pública do turismo com vistas a questões de sustentabilidade, trata de questões de desequilíbrio pautado na geografia econômica do país e fluxos de bens e serviços, sem considerar limites de estados e regiões no planejamento territorial.

Em 1992, lança-se o Plano Nacional de Turismo (PLANTUR), pelo Decreto n. 448/92, que tem como fundamento a distribuição geográfica da infraestrutura concentrada no Sul e Sudeste, com objetivo de estimular o desenvolvimento regional, em parceria público-privada. A maioria dos programas não saiu do papel devido à instabilidade política e econômica, bem como à falta de articulação intra-inter setorial, e à inconsistência entre algumas de suas metas, programas e subprogramas.

Em 1994, o PNT tem reformulações por meio do Programa Brasil em Ação, é acionado o primeiro Plano Plurianual (PPA), em 1995, estabelecendo ações do Ministério de Indústria, Comércio e Turismo, período de início da II fase do PRODETUR/NE, com apoio do BNDS, BID, com contrapartidas estaduais e municipais, com vista a ampliar aeroportos, construir hotéis, treinar mão de obra, saneamento básico e a recuperar patrimônio histórico, além de prosseguir como Programa de Apoio ao Artesanato (PAB).

Ainda em 1994, o Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, com intuito de aumentar a articulação entre atores públicos e privados, bem como sociedade civil, cria o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PMNT), com o propósito de incentivar a participação dos municípios na cogestão das políticas públicas do turismo, visando à democratização do acesso ao turismo.

Busca-se desenvolver o turismo interno, pela constituição de polos turísticos e pelo incentivo ao desenvolvimento em regiões vocacionais. A atuação da sociedade civil, no processo de regionalização, se dá por meio da instituição de Conselhos Turísticos que objetivavam inserir comunidades na discussão e formulação de políticas públicas.

O Programa teve continuidade de 1996 até 1999, consolidando-se em adição a PNT (BRASIL, 1996), cujo objetivo é “promover e incrementar o turismo como fonte de renda, geração de emprego e de desenvolvimento socioeconômico

do país”, incentivando a descentralização e a valorização dos recursos naturais de cada região.

O método de Planejamento de Projetos Orientados por Objetivos (ZOO), é utilizado pelo PNMT (BRASIL, 2002), com o objetivo de capacitação e de sensibilização da comunidade para benefícios a serem gerados pela atividade turística. O Programa apregoa a conciliação da atividade turística com o desenvolvimento econômico viável e preservação do patrimônio cultural, ambiental, pela gestão da atividade pela sociedade civil e pelo poder público, com normas elaboradas em Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico.

O PNMT gerido pela EMBRATUR destaca-se pela simplicidade do processo, iniciado com o preenchimento de informações básicas do município, em documento denominado Relatório de Informações Turísticas (RIMTUR). No processo, apoia-se a criação de Conselhos Municipais de Turismo (COMTUR) e Fundo Municipal de Turismo (FUNTUR).

O Programa incorpora o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE - 1991), baseado na criação de polos e corredores turísticos, com objetivo de dinamizar o turismo na região Nordeste, de forma planejada e sistêmica. Para Becker (1994, 1995); Silveira (2002); Araújo e César (2012), o PRODETUR/NE foi o único a se desenvolver apoiado no conceito de regionalização, até então. Teve foco dirigido a polos turísticos, estruturados para corredores turísticos.

Buscava-se inter-relação dos estados membros com o estabelecimento de parcerias. O conceito de polos turísticos tem o objetivo de mobilizar e integrar os moradores, empresários, poder público e privado, com discurso de que os benefícios gerados beneficiariam as comunidades.

Programas e ações governamentais têm continuidade no Programa Avança Brasil (2000-2003), ações voltadas ao turismo têm como base Eixos Nacionais de Integração e Desenvolvimento, “elementos norteadores de um novo enfoque do planejamento territorial, adotado na esfera federal a partir de meados dos anos 90” (CAZELLA, 2009).

Especificamente em relação ao turismo, estruturam-se programas e projetos que, implementados com a execução da Política Nacional de Turismo, contribuem para a formação da configuração territorial do turismo, no Brasil, o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE), Programa de Apoio ao

Desenvolvimento do Ecoturismo, PRECOTUR/Amazônia Legal/ Centro Oeste. A proposta de Eixos representa, em termos de planejamento e ordenamento territorial, críticas. Para Silveira (2002, p. 185):

Continua a prevalecer, desse modo, não uma concepção de desenvolvimento regional integradora em termos nacionais – baseada no planejamento da infraestrutura de suporte e na consolidação de alguns pólos previamente selecionados, que visem promover a integração das regiões do país como um todo –, mas a ideia de “eixos estruturantes”, definidos pela racionalidade do investimento, sem que sejam considerados as articulações e desdobramentos intra-regionais. Daí seu caráter seletivo e a tendência a se concentrar o desenvolvimento em áreas mais dinâmicas e já integradas, respondendo mais aos objetivos de uma inserção externa do Brasil à economia capitalista globalizado.

A proposta do governo federal de desenvolvimento regional não compreende inteiramente núcleos regionais estagnados, no país, estabelecendo que a diminuição de desigualdades subordina-se ao investimento de capitais privados.

Em 2002, houve criação do Programa Brasileiro da Atividade Turística pela Confederação Nacional do Comércio (CNC). O trabalho foi desenvolvido em parceria com o Serviço Social do Comércio (SESC) e Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), na defesa de direitos de toda a cadeia produtiva do turismo, organizou-se a comissão de Economia, Indústria, Comércio e de Turismo da Câmara dos Deputados/subcomissão Permanente de Turismo (BRASIL, 2003, 2007).

Em 2003, cria-se o Ministério do Turismo (Lei n. 10.683, de 28 de maio de 2003), marco histórico considerando-se que a atividade turística brasileira nunca teve ministério próprio (BRASIL, 2003). Nesse contexto, o Conselho Nacional de Turismo sofre alterações (art. 2, Decreto n. 4686, de 29/04/2003). A EMBRATUR passa a responsável pela comercialização, pelo *marketing* e pela divulgação do turismo.

Em continuidade ao modelo de gestão descentralizada e participativa, lançou-se o Plano Nacional de Turismo (2003 – 2007), responsável pela definição de metas do setor. Em vista da regionalização do turismo, descentralização de renda, interiorização e segmentação turística, cria-se o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), em substituição ao PNMT (PUTRICK; SILVA; SILVEIRA, 2017).

Com o documento Diretrizes Operacionais, produz-se orientação e ferramenta: informações dos Cadernos de Turismo elaboradas, com finalidade de instrumentalizar e qualificar os responsáveis pela implementação do PRT. Tem-se

necessário que poder público, empresários, sociedade civil, instituições de ensino e organizações do terceiro setor (BRASIL, 2007, p. 10), compreendam diretrizes e princípios do PRT, para atuação de forma a identificar o estágio em que se encontra cada localidade e a atuar para a gestão compartilhada das atividades turísticas. A participação é a principal estratégia de implementação do PRT, que resulta em Rede Nacional de Regionalização.

As cinco macrorregiões do país são inseridas no processo, com cinco territórios escolhidos no PRT, os quais se encontram em estágio diferente de organização para, assim, oferecer a possibilidade de flexibilização de gargalos e estágios diferentes. Roteiros implementados no projeto:

- Região Norte – Roteiro Caminho da Evolução
- Região Nordeste – Roteiro Integrado de Jericoacoara
- Região Centro – Oeste – Roteiro Integrado – Chapada dos Veadeiros
- Região Sudeste – Roteiro Integrado – Estrada Real
- Região Sul – Roteiro Integrado Iguassu Missiones (REDE DE COOPERAÇÃO TÉCNICA PARA A ROTEIRIZAÇÃO, 2007).

Nesse período, como política de trabalho interministerial, com foco no turismo, elabora-se a política nacional de desenvolvimento regional (PNDR), detalhado, posteriormente, emerge, sob a ótica de tomada do processo de interligação dos trabalhos entre ministérios do turismo e o da integração (2003), que apresentam, como escopo, foco destinado ao aumento de programas regionais de desenvolvimento. Neste íterim, o Ceará é inserido juntamente com o Piauí e Maranhão, na formação do PDSTR do meio-norte, marcado pela justificativa de construção de região com pretensão potencial turístico, em que a atividade passa a tratada como norteadora, no campo de políticas públicas de combate à pobreza, e tem a rota das emoções como pilar para o desenvolvimento turístico da região (MATOS, 2013).

Em 28 de janeiro de 2007, faz-se o lançamento do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), um dos maiores conjuntos de investimento público, deixa claras fragilidades da gestão pública, como sistêmicas da sociedade brasileira, quanto à capacidade de planejamento, elaboração e execução de projetos.

Nesse mesmo ano, se dá continuidade às ações da PNT, com o lançamento “Uma Viagem de Inclusão (2007-2010)” que tem como foco a expansão e

fortalecimento do mercado interno. O Plano é proposto com novo escopo de indutor do desenvolvimento e da redução das desigualdades macrorregionais, geração de emprego e renda. Priorizaram-se 65 destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, empreendem-se recursos e esforços com o objetivo de estruturá-los com padrão de qualidade internacional.

A criação, em 2008, do Comitê Intersectorial de Facilitação Turística, no período do Sistema Nacional do Turismo, teve como objetivo compatibilizar a Política Nacional do Turismo com as demais políticas. A Lei Geral do Turismo (n. 11.771/2008) diz-se marco regulador do setor que deu ao Ministério do Turismo a incumbência de definir PNT, planejamento, fomento, regulamentação, coordenação, estímulo financeiro e fiscalização da atividade turística.

Após a descentralização promovida pelo processo de desconcentração das Políticas Públicas do Turismo, da importância dos órgãos de administração regional e local, participam atores da iniciativa privada e da sociedade civil, nas chamadas Instâncias de Governança.

O Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) é alterado pelo Decreto n. 7157, de 9 de abril de 2010, e se vincula não somente ao turismo, mas também a todas as pastas do governo federal, sob o discurso de inclusão social. Houve novamente mudança de governo e nova proposta para alteração da Política Nacional do Turismo, na qual estava prevista a ampliação no número de destinos indutores de 65 para 135 municípios.

Em 2011, houve revisão e avaliação do PRT, com redimensionamento de estratégias. Em 2012, retornaram as ações de redes de cooperação (BRASIL, 2013). No ano de 2013, realizaram uma consulta pública para estruturação da política. Nesse ínterim, se articularam Câmara Temática de Regionalização, Fórum de Secretários e Dirigentes Estaduais do Turismo (FORNATUR) e Conselho Nacional de Turismo para consolidação das estratégias.

As revisões e avaliações são incorporadas ao Plano Nacional de Turismo - 2013-2016 (BRASIL, 2013), com a justificativa de ser a Política Pública estruturante. O Plano está em consonância com o Plano Plurianual 2012-2015 e o Documento Referencial – Turismo no Brasil (2011-2014).

A Portaria Nº 105, de 16 de maio de 2013, do MTur, institui o Mapa do Turismo Brasileiro como instrumento, no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo para definição de áreas – recorte territorial – prioritárias para serem

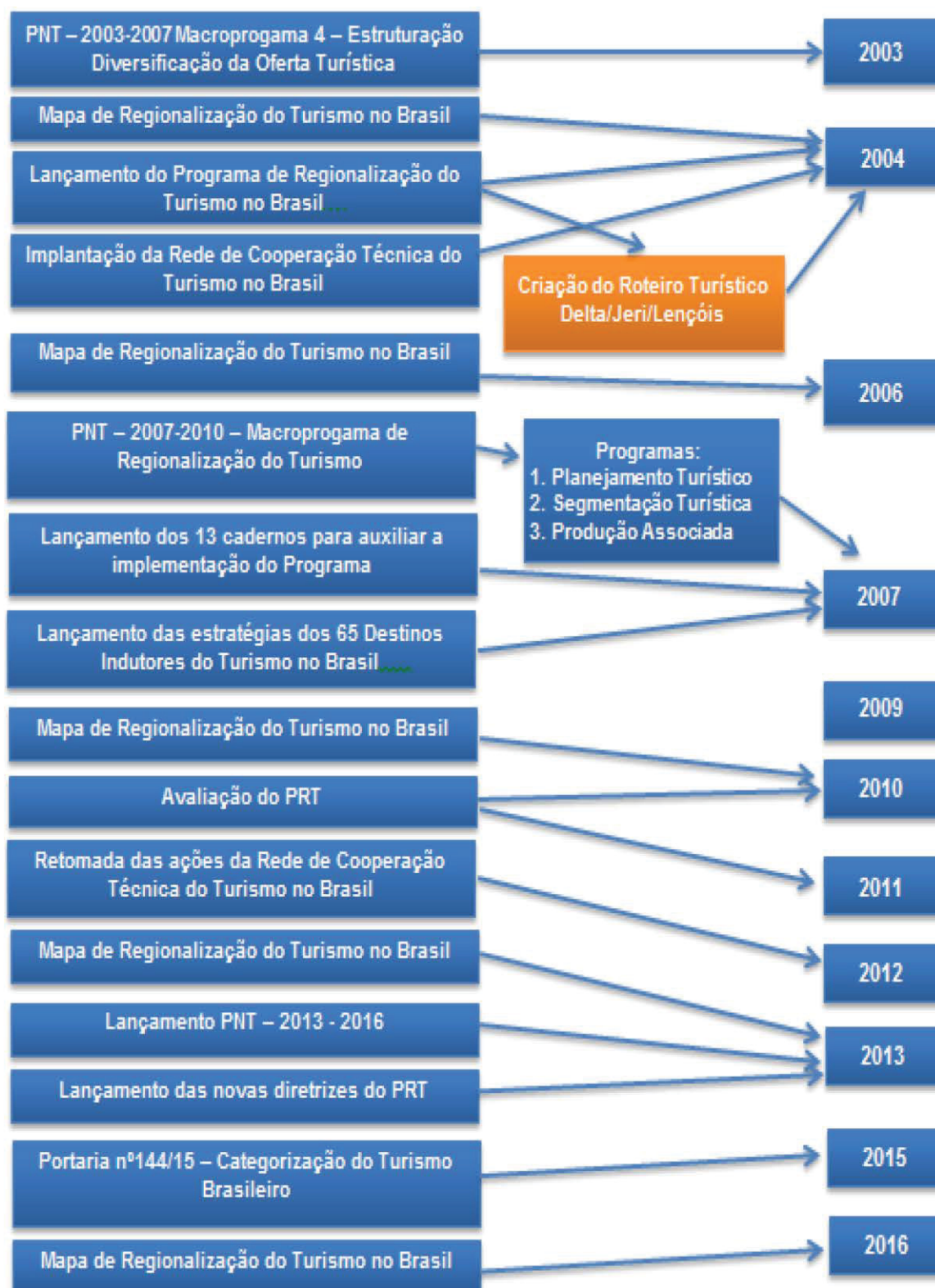
trabalhadas (BRASIL, 2015). O Mapa é atualizado periodicamente e a última versão (2016) é composta por municípios que atendem critérios estabelecidos pela Portaria nº 205, de 09 de dezembro de 2015, ou critérios definidos pelos órgãos dos estados, de acordo com seu desenvolvimento.

Considera-se que, no Brasil, as dinâmicas são peculiares e a transformação é contínua. Como pesquisador, pode-se valer apenas de formas restritas de estudos primários, as mudanças são constantes e significativas em curtos períodos, inclusive durante o processo de pesquisa, ocorrem em instituições políticas, bem como na rede de atores políticos. Apesar de não se usar método moderno e foco peculiar, busca-se, com este estudo, contribuir para formação teórica e para a modificação do nosso conhecimento sobre planos, programas e projetos desenvolvidos e implementados pela política de turismo e a inter-relação entre instituições, o processo.

O Programa de Regionalização do Turismo pode ser considerado como uma das ações da Política Nacional do Turismo estruturado pelo governo brasileiro e implementado em cinco macrorregiões.

Para ilustração da evolução das políticas públicas de turismo, no Brasil, idealiza-se a figura que serve de base para o desenvolvimento deste capítulo (Figura 5):

FIGURA 5 – CRONOGRAMA ILUSTRATIVO DAS PPT



FONTE: A autora (2019).

O Programa de Regionalização do Turismo se divide em três etapas distintas, de 2003 a 2016. O primeiro momento, em 2003, no Macro programa 4 – Estruturação e Diversificação da Oferta Turística do Plano Nacional de Turismo (2003-2007), desde o lançamento, em 2004, até 2010. O segundo vai de 2010 a 2012, com a primeira avaliação, após 6 anos de implementação. E o terceiro, com sua utilização como instrumento de reestruturação, o Mapa Turístico Brasileiro.

Na primeira fase, iniciada em 2003, o Programa de Regionalização do Turismo constitui-se política pública, pelo Plano Nacional de Turismo (2003 – 2007), que, como Macroprograma Estruturante 4, com foco no planejamento coordenado participativo, com execução descentralizada, teve como ponto de partida a observação do fenômeno, em vários estados, onde roteiros extrapolam limites municipais. Pelo debate entre representantes do turismo nacional, tem-se que, em muitas Unidades da Federação, utilizam-se, como norte de estruturação turística, unidades de polos, circuitos e zonas. O PRT tem como objetivos (MTUR, 2004, p. 11):

- Dar qualidade ao produto turístico;
- Diversificar a oferta turística;
- Estruturar os destinos turísticos;
- Ampliar e qualificar o mercado de trabalho;
- Aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado internacional;
- Ampliar o consumo do produto turístico no mercado nacional;
- Aumentar a taxa de permanência e gasto médio do turista.

Os principais objetivos do Programa são estruturação dos destinos turísticos, aumento da taxa de permanência e do gasto do turista, com vistas à redução da pobreza, pela atividade turística, de forma regionalizada, com foco no planejamento coordenado e participativo. Dessa forma, adota-se o conceito de região turística como referência espacial, na qual se inserem os produtos turísticos (BRASIL, 2007, p.19). Em 2004, o Programa coordenado pelo Ministério do Turismo conta com a participação dos representantes dos órgãos e dos colegiados de turismo municipais e estaduais, além de representantes da iniciativa privada, instituições de ensino e do terceiro setor. Conforme Brasil (2007):

Os debates foram realizado, por meio de oficinas e reuniões setoriais e nacionais, foi explano a respeito dos conceitos; a definição das estratégias de implantação nas 27 Unidades da Federação; o planejamento das ações; e, particularmente, a construção de critérios, para a definição do conjunto de municípios que constituíam a “região turística”, com vistas em promover a sustentabilidade, a inclusão e a diversidade de cada uma das 219 regiões turísticas identificadas, à época, que agregavam no seu conjunto 3.319 municípios. O processo gerou uma ferramenta de trabalho que foi o Mapa da Regionalização do Turismo que tinha como objetivo dirigir ações de programas e processos no âmbito do Ministério do Turismo (BRASIL, 2007, p. 17).

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil – PRT - teve como proposta estabelecer o turismo em cada região turística do Brasil. Para isso, buscou-se descentralização do poder de decisão, com base na gestão democrática da participação social. Destacando também que, em todo o processo de planejamento, desenvolvimento e implantação de planos e programas, é preciso que haja organização. (MTUR, 2007, p.16-17). As estratégias de implementação do Programa e síntese estão detalhadas no quadro seguinte (Quadro 4):

QUADRO 4 – ESTRATÉGIAS PARA IMPLEMENTAÇÃO DO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO

Estratégias	Síntese das Estratégias
Gestão coordenada	Teve como objetivo a formação de parcerias para o desenvolvimento de ações e repartição de responsabilidades. Tinha como atores, em nível nacional, o CNTUR; em nível estadual, o Órgão Oficial do Turismo, apoiado pelo Fórum Estadual do Turismo; em nível regional, a Instância de Governança; em nível municipal o Órgão Municipal do Turismo. Nessa estratégia, mostram-se fundamentais ações de mobilização, montagem de um sistema de informações e sistema de monitoramento e avaliação.
Planejamento Integrado e Participativo	Com ações descentralizadas, o intuito é de criar espaços de discussão e articulação com todos os envolvidos na atividade. Destacavam-se como ações a elaboração de planos estratégicos de desenvolvimento regional.
Promoção e apoio à comercialização	A estratégia tem como foco a comercialização e estruturação da oferta focada na diversidade. Destacavam-se ações como estruturação de roteiros turísticos, formação de redes, produção de estudos, segmentação, pesquisas.

FONTE: Adaptada de BRASIL (2007).

Em substituição ao Plano Nacional de Turismo 2003-2007, é lançado o PNT 2007-2010 – Uma Viagem de Inclusão - Estruturado com objetivos menos abrangentes, considerando turismo atividade socioeconômica que precisa ser planejada, analisada e embasada com informações atuais e consistentes. Fazem parte das ações:

Fortalecer o turismo interno, promover o turismo como fator de desenvolvimento regional, assegurar o acesso de aposentados, trabalhadores e estudantes a pacotes de viagens e condições facilitadas, investir na qualificação profissional e na geração de emprego e renda e assegurar ainda mais condições para a promoção do Brasil e no exterior BRASIL (2007, p. 11).

Para atingir objetivos e articulação propostos, o PNT define oito Macroprogramas, estabelece o Macro programa de Regionalização do Turismo tendo em vista as necessidades dos destinos, regiões e roteiros turísticos; reformula o Conselho Nacional de Turismo, por meio da Câmara Temática de Regionalização; busca discutir assuntos de forma a impactar na execução da Política Nacional de Turismo e nos Fóruns Estaduais. São Macroprogramas:

- Planejamento e Gestão;
- Informações de Estudos Turísticos;
- Logística e Transportes;
- Regionalização do Turismo;
- Fomento à Iniciativa Privada;
- Infraestrutura Pública;
- Qualificação dos Equipamentos e Serviços Turísticos;
- Promoção e Apoio à Comercialização (BRASIL 2007, p.58).

O Macroprograma de Regionalização norteia quatro programas que atendem determinadas estratégias e engloba programas nos âmbitos nacional e estadual (Quadro 5).

QUADRO 5 – PROGRAMAS NORTEADOS PELO PRT

Programas	Síntese dos Programas
Planejamento e gestão da regionalização	Relação com as ações que deveriam ser realizadas nas regiões turísticas
Programa de estruturação dos segmentos turísticos	Tem como linha estratégica a segmentação da oferta e da demanda e bem como a estruturação dos roteiros turísticos
Programa de estruturação da Produção Associada ao Turismo	Relação com apresentação dos produtos artesanais, industriais e/ou comerciais associados ao turismo
Programa de Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo – Prodetur	Prodetur Nacional Prodetur/NE – nos estados do Nordeste; Prodetur - Sul – Mato Grosso do Sul, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina; Prodetur- JK – Seis estados da Região Centro Oeste, Sudeste e o Distrito Federal; Proecotur (nove estados da Amazônia Legal)

FONTE: Adaptada de BRASIL (2007).

No processo de execução do Programa, produz-se o documento “Diretrizes Operacionais”, cujo conteúdo traz princípios norteadores, estratégias de gestão e módulos e etapas operacionais.

O PRT tem como fundamento desenvolvimento como política pública sem autoridade central. Busca-se a organização, articulação e distribuição socioespacial de arranjos produtivos ligados ao turismo.

O MTur coordena instâncias de governança estadual, regional e local. Entre elas, o Conselho Nacional do Turismo (CNT) que cadastra a mão de obra de cada região, junto ao Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com divulgação de dados econômicos e territoriais indicando áreas prioritárias para investimento privado no turismo (SILVA, 2013).

No mesmo ano de lançamento, a Secretaria Nacional de Políticas de Turismo do Ministério do Turismo, publicam 13 cadernos temáticos com o objetivo de disponibilizar conceitos e orientações para implementação do Programa de Regionalização do Turismo. Caderno introdutório, nove diretrizes operacionais ou módulos e três cadernos de orientação e condução do processo (Quadro 6).

QUADRO 6 – CADERNOS E MÓDULOS OPERACIONAIS DO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO

continua

Cadernos Temáticos	Síntese dos Cadernos
Introdução à Regionalização do Turismo	Neste caderno, são apresentados os conceitos de regionalização e região. Sendo firmado como princípio “a participação, vinculados a um processo de construção da cidadania” (BRASIL, 2007).
Sensibilização	Neste módulo, faz-se com que as pessoas conheçam as potencialidades e oportunidades que a atividade turística pode trazer para a região e despertar interesse para que elas participem do processo (BRASIL, 2007).
Mobilização	Envolver, promover e articular o poder público, as entidades privadas e as instituições de ensino com estratégias de oficinas, seminários, palestras para verificar quais as pessoas que devem fazer parte das instâncias de governança (BRASIL, 2007).
Institucionalização da Instancia de Governança Regional	Neste módulo o elemento central é a implementação da instância de governança regional, com atores sensibilizados, mobilizados e capacitados. Outro princípio do programa é a integração de todos os atores relacionados ao turismo no território, entre os quais instituições públicas, privadas, sociedade civil, e instituições de ensino. Formato e caráter jurídico da instância são escolha dos participantes. “Destaca-se que a existência desses colegiados responsáveis pelo desenvolvimento turístico das regiões foi desde o início do Programa um elemento estrutural, inviabilizando inclusive, se não existir, a sua continuidade” (LIMA, 2017, p. 172). Nesse período, foi ofertado programa de qualificação a distância sobre regionalização.
Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional	O Plano é considerado instrumento de planejamento estratégico, com vistas a dar materialidade ao turismo com proposições de ações intervenientes. Tal função ficou a cargo do órgão oficial do estado. As regiões que não possuíam deveriam criar planos, as que os possuísem deveriam revisá-los (BRASIL, 2007)
Implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional	Implementação do Plano pelas instâncias de governança. Os projetos propostos dentro do Plano deveriam estar alinhados com as demais políticas públicas para a região, de forma que se perseguisse o desenvolvimento regional (BRASIL, 2007, 2007, 2007 <i>apud</i> LIMA, 2017, p. 172)

continuação

Cadernos Temáticos	Síntese dos Cadernos
Sistema de Informações Turísticas do Programa	Sistema proposto para coleta de dados e informações em todas as esferas do governo. O sistema foi pensado em face de 6 subsistemas: Sistema de Gerenciamento de Informações do PRT – PRTur; Sistema de Inventariação Turística – Invitur; Rede Regional de Regionalização do Turismo; Sistema de Cadastro de Empreendimento e profissionais da área do Turismo – Cadastur; Sistema de Monitoria e Avaliação do Programa – SMA; sistema de Apoio a Distância – SAD (BRASIL, 2007)
Roteirização Turística	Regionalizar não é apenas um modo de unir municípios com relativa proximidade e similares. É construir um ambiente democrático, harmônico e participativo entre poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade. É promover a integração e a cooperação intersetorial, com vistas à realização de uma função na atuação conjunta entre todos os envolvidos, direta e indiretamente, na atividade turística de determinada localidade (MTUR, 2007, p. 10; BRASIL, 2007).
Promoção e Apoio à Comercialização	Foram criadas formas de promover as regiões e a venda dos roteiros turísticos, com ferramentas de <i>Marketing</i> . Entre as Estratégias, está a criação do evento Salão do Turismo, que não teve continuidade, a partir de 2010. (BRASIL, 2007).
Sistema de Monitoria e Avaliação do PRT	Com vistas a monitorar ações e avaliar resultados, o sistema contempla três momentos: Avaliação do desempenho do Programa, com análise dos objetivos e metas estabelecidas para as regiões; Avaliação dos impactos positivos e negativos nos estados, regiões e municípios; Avaliação dos Planos Nacionais e Diretrizes Operacionais para verificar a contribuição da atividade turística para o Brasil (BRASIL, 2007).
Ação Municipal para a Regionalização do Turismo	Os municípios deveriam desenvolver várias ações como estrutura institucional que poderia assumir vários formatos, como secretaria municipal, agência, “[...]. é importante que criem também um colegiado em formato de fórum, comitê, conselho [...] constituam uma rede de colaboração que envolva os diversos atores locais do turismo” (LIMA, 2017, p. 175). Fica a cargo dos municípios fazer inventário turístico que servirá de base para a elaboração do Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo, de acordo com o Plano Regional do Turismo e demais políticas públicas de gestão municipal; Plano de MKT; Fundo Municipal do Turismo; Plano Plurianual com orçamento para o setor turístico (BRASIL, 2007).

conclusão

Cadernos Temáticos	Síntese dos Cadernos
Formação de Redes	Neste caderno, é aprestado o princípio da formação de redes, com vistas à articulação entre envolvidos no PRT. O processo tem como estratégias: Fortalecer a Rede Nacional de Regionalização do Turismo e o Sistema de Apoio a Distância; Fomentar a formação de redes locais, regionais e estaduais (BRASIL, 2007).
Turismo e Sustentabilidade	Neste módulo, há destaque do princípio de sustentabilidade. “Considerando neste contexto a sustentabilidade ambiental, como a utilização dos recursos ambientais, preservando-os; a sustentabilidade sociocultural, a partir do respeito a preservação da história, dos valores, da cultura e da diversidade; a sustentabilidade econômica, a partir da geração de oportunidade de trabalho e renda, do fortalecimento de cadeias produtivas e redes solidárias de negócios; e a sustentabilidade político-institucional, entendida como a implementação de uma política negociada, compartilhada, baseada na governabilidade democrática e na cidadania” (LIMA, 2017, p. 169).

FONTE: BRASIL (2007).

Assim, os princípios que norteariam a implementação do PRT, nos municípios: participação, desenvolvimento sustentável, integração, formação de redes e descentralização, conforme cadernos. Nem todas as ações devem ser consideradas, em todos os municípios, devido a características e estágios de desenvolvimento diferenciados das regiões. O programa estrutura-se com vistas a beneficiar municípios, à margem das políticas públicas, pela descentralização administrativa.

Ainda na primeira fase do PRT, em 2008, o Ministério do Turismo, Fundação Getúlio Vargas e Sebrae iniciam nova estratégia, no contexto da regionalização, o Programa dos “65 Destinos Indutores do Turismo Nacional”, que não teve continuidade a partir de 2015. Resultados segundo análise de Lima (2017, p. 176):

A geração contínua desse índice tem permitido constatar que a competitividade internacional almejada pelo MTur para essas localidades está longe de ser alcançada. Além de que essas localidades não têm conseguido induzir o desenvolvimento das regiões onde estão localizadas, de forma como se imaginou.

Em 2010, o MTur, em parceria com o Instituto de Assessoria para o Desenvolvimento Humano (IADH), realiza a avaliação do PRT, para constituir ferramenta de alinhamento de ações de envolvidos na atividade turística e para continuidade ao Programa (BRASIL, 2010).

A avaliação realiza-se com setores participantes do Programa, entre os ajustes para continuidade: passar a programa estruturante do MTur; maior sinergia entre Ministério do Turismo, estados, municípios, instâncias de governança e sociedade civil; descentralizar recursos; foco na dimensão territorial, para não haver sobreposição de atribuições entre áreas do MTur; consolidar a cooperação entre os atores que atuam no turismo e a realização de monitoramento e de avaliação sistemáticas do Programa (BRASIL, 2010). Para Lima (2017, p. 177), com quem concordamos, quanto às considerações sobre a avaliação do PRT:

[...] apesar de ter sido significativamente artificial, por não contemplar com profundidade todas as percepções e necessidades dos estados, das regiões e municípios brasileiros, termina por nos indicar alguns aspectos relevantes, e, nos aponta desde já que a implementação do Programa não ocorreu conforme as diretrizes (2004) e os módulos (2007), em virtude dessas várias dificuldades e problemas constatados que comprometeram o alcance dos objetivos, principalmente se pensarmos que esse Programa tinha a pretensão de se tornar uma diretriz estruturante do planejamento turístico nacional, o que de fato não aconteceu.

A partir de 2011, tendo como base a avaliação, o Programa começa a ser reestruturado; em 2012, retomam-se as ações da Rede de Cooperação; em 2013, inicia com consulta pública, com vista à participação da sociedade na construção da política pública de turismo do País.

Ainda em 2013, na terceira fase do Programa de Regionalização do Turismo, com lançamento da portaria nº105, de maio de 2013, o MTur institui formalmente o Programa, como política pública, concretizando princípios norteadores do Plano Nacional do Turismo (2013-2016), tendo como diretriz o termo regionalização e contempla ações direcionadas ao Programa, entre as quais, elaboração e implementação dos planos de desenvolvimento turístico, estruturação dos destinos e apoio ao desenvolvimento das regiões turísticas. O Programa está estruturado em oito eixos de atuação:

- Gestão Descentralizada do Turismo;
- Planejamento e Posicionamento de Mercado;
- Qualificação Profissional dos Serviços e da Produção Associada;

- Empreendedorismo, Captação e Promoção de Investimentos;
- Infraestrutura Turística; Informação Turística;
- Informação ao Turista;
- Promoção e Apoio à Comercialização (BRASIL, 2013).

Todos os eixos de ações se baseiam em estratégias de implementação como: formação; fomento; comunicação e monitoramento.

As premissas de atuação do Programa de Regionalização do Turismo, a partir de 2013: abordagem territorial; integração e participação social; inclusão; descentralização; sustentabilidade; inovação e competitividade, presentes no Programa anterior, com maior destaque em nova fase (BRASIL, 2013).

No terceiro momento, há adequação entre ações e objetivos, com que o PRT busca se firmar como política estruturante, além do fortalecimento de instâncias de governança, da elaboração dos planos estaduais, regionais e municipais, como condição para desenvolvimento da atividade. Sem grandes alterações, mantém-se empreendedorismo, produção associada ao turismo, qualificação de profissionais, infraestrutura básica e turística, ampliação de orçamento destinado ao setor, fundamentais para o desenvolvimento do PRT (LIMA, 2017, p. 178). A coordenação do Programa de Regionalização do Turismo se dá conforme o Quadro 7.

QUADRO 7 – MODELO GESTÃO COMPARTILHADA DO PRT

Âmbito	Instituição	Colegiado	Executivo
Nacional	Ministério do Turismo	Conselho Nacional do Turismo	Comitê Executivo
Estadual	Órgão Oficial de Turismo da UF	Conselho/Fórum Estadual	Interlocutor Estadual
Regional	Instancia de Governança Regional		Interlocutor Regional
Municipal	Órgão Oficial de Turismo do Município	Conselho/Fórum Municipal	Interlocutor Municipal

FONTE: BRASIL (2013).

As alterações da coordenação se deram na inserção da figura do Comitê Executivo, responsável por atuar em conjunto com o Sistema Nacional do Turismo e com a Câmara Temática da Regionalização do CNTUR. Em instâncias estaduais,

permanecem órgãos, mantendo-se a estrutura anterior; no âmbito regional, há alteração na criação de interlocutores regionais e municipais.

Além disso, pela Portaria nº 144, de 27 de agosto de 2015 (BRASIL, 2015), estabelece-se a categorização dos municípios e regiões como instrumento de gestão a ser adotado pelo MTur e demais ministérios. A categorização se dá pelo do estabelecimento de critérios e parâmetros de análise das localidades, atendendo às diretrizes operacionais do PRT. A categorização adota 4 variáveis e se baseia em dados secundários. São Variáveis: – número de estabelecimentos formais cuja atividade principal é hospedagem; – emprego formal no setor de hospedagem; – estimativa de turistas pelo Estudo da Demanda Doméstica e – estimativa de turistas conforme Estudo de Demanda Internacional.

Agrupados os municípios nas categorias A, B, C, D e E, a categoria A representa municípios cuja economia do turismo é representativa e os em que a atividade tem menor representatividade. Constata-se que os objetivos macro do Programa mudam desde a concepção (2004) até a atualização de diretrizes (2013). Continuam importantes: promoção do turismo de forma regional; desenvolvimento socioeconômico; participação; descentralização; planejamento integrado; constituição de instâncias de governança; elaboração dos planos estratégicos de desenvolvimento e monitoramento e avaliação das ações.

4 TURISMO NA ROTA DAS EMOÇÕES E O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DE MUNICÍPIOS

O Estado do Piauí se relaciona com os Estados do Ceará e Maranhão, de forma diferenciada. A região litorânea desses Estados abriga condições fisiográficas e ecológicas diferenciadas, o fenômeno, em mar aberto, nas Américas, o Delta do Rio Parnaíba, que chega ao Oceano Atlântico por meio de cinco barras, das quais, quatro situadas no Maranhão e uma no Piauí (SILVA, 2013).

Nessa região foi criada a Unidade de Conservação de Uso Sustentável, Área de Proteção Ambiental (APA) do Delta do Parnaíba, com extensão de 3.138,00 km² de superfície, com abrangência os estados do Ceará, Piauí e Maranhão. No do Piauí, os municípios de Cajueiro da Praia, Luiz Correia, Parnaíba e Ilha Grande compõem a APA (COSTA, 2009) Segundo Silva (2013, p. 101);

A APA do Delta do Parnaíba sobrepõe dois parques, o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, no Maranhão, e o Parque Nacional de Jericoacoara, no Ceará, que abrigam os atrativos naturais de maior interesse turístico, buscando o equilíbrio entre o turismo e o meio ambiente, o grande desafio do desenvolvimento sustentável.

O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses é formado pelos ecossistemas costeiros, estuários, praias, baías, lagoas e dunas (CAVALCANTI, 2003). O Parque Nacional de Jericoacoara é formado pelas dunas, falésias, serrotes, caatinga, lagoas, rios, enseadas e mangues e, em 1984, criada a APA Jericoacoara. Abarca basicamente áreas de dunas e mangues, deixando as urbanas de fora, é que, juridicamente, não há residentes em Parques Nacionais (MOLINA, 2009).

O Piauí possui cinco unidades de conservação de uso sustentável, compartilhando território com os estados do Ceará, Pernambuco e Maranhão, no âmbito federal (QUADRO 8):

QUADRO 8 – UNIDADES DE CONSERVAÇÃO DE USO SUSTENTÁVEL

NOME DA UNIDADE	ÁREA (HA) NO PIAUÍ	MUNICÍPIOS/REGIÕES
APA do Delta do Parnaíba (área total de 313.809,00 ha)	63.393,74	Luís Correia, Ilha Grande, Parnaíba, Cajueiro da Praia (PI) Ceará e Maranhão
APA da Chapada do Araripe (área total de 1.063.000,00)	148.003,84	Centro-Leste do Piauí, Sudoeste do Ceará e extremo oeste de Pernambuco
APA da Serra da Ibiapaba (área total de 1.592.550,00 ha)	1.245.301,44	Norte do Piauí e Noroeste do Ceará
APA da Serra da Tabatinga - (área total de 61.000,00 ha)	-	Alto Parnaíba (MA) e Ponte Alta do Norte (PI)
Reserva Extrativista do Delta do Parnaíba (área total de 26.771,90 ha)	991,00	Delta do Parnaíba/Ilha Grande (PI) e Araisos (MA)

FONTE: PDITS (2012)

Em nível estadual, há secretarias de Turismo nos três estados. Em nível local, 11 dos municípios têm algum órgão que responde pela atividade turística. São estruturadas secretarias municipais de turismo somente em Jijoca de Jericoacoara/CE e Barreirinha/MA. Nos municípios do Piauí, a mesma secretaria atua em diversas áreas: Ilha Grande/PI (Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Turismo, Meio Ambiente, Pesca e Agricultura), Luís Correia/PI (Secretaria Municipal de Turismo, Esporte e Juventude) e Cajueiro da Praia/PI (Turismo e Meio Ambiente).

A Tabela 6 apresenta as organizações não governamentais citadas, como associações e movimentos de atuação ambiental, com interface com turismo nos territórios.

TABELA 6 – ORGANIZAÇÃO NÃO GOVERNAMENTAIS

ESTADOS	MUNICÍPIOS	ORGANIZAÇÃO DE TRABALHADORES E COMUNITÁRIAS	ORGANIZAÇÃO AMBIENTALISTAS
Piauí	Parnaíba, Luis Correia, Ilha Grande Jijoca de	2	10
Ceará	Jericoacoara, Camocim	3	6
Maranhão	Barreirinha, Paulino Neves, Tutoia, Araisos	3	7

FONTE: Organização da Autora (COSTA, 2009).

Constata-se inúmeras as iniciativas de caráter ambiental, social, turístico e comunitário, entretanto com a baixa ou inexistente articulação. Ações pontuais, recursos escassos e informalidade. Na organização social e participação da sociedade civil, verifica-se inserção de organizações nacionais e internacionais, com pautas vinculadas à questão ambiental e ao desenvolvimento sustentável. Poucas organizações têm visibilidade no território. As parcerias surgem de forma tímida. E a sobreposição de atuação e constante falta de fiscalização abrem margem para organizações que captam recursos com justificativa de contribuir para o desenvolvimento socioeconômico dos municípios, contudo os recursos são desviados ou atendem a interesses particulares. As organizações acabam atuando como empresas que não têm como gestores a comunidade ou grupo e sim indivíduo que se caracteriza como “dono” da entidade.

4.1 DELTA DO PARNAÍBA E LITORAL DO PIAUÍ

Delta é a foz do rio formada pelos canais ou braços do leito do rio, por exemplo, do Nilo, no Egito, que tem a perfeita forma de leque, ou triângulo, ou formato da letra grega maiúscula com o nome (Δ), de onde provém, a designação. O Delta do Parnaíba é considerado um atrativo turístico raro e, por isso, melhor classificado, localizado entre os estados do Maranhão e Piauí tendo, em Parnaíba, porta de entrada. É um raro fenômeno da natureza no Rio Nilo, na África, rio Me Kong, no Vietnã, além do delta analisado, o do Brasil (Figuras 6 e 7).

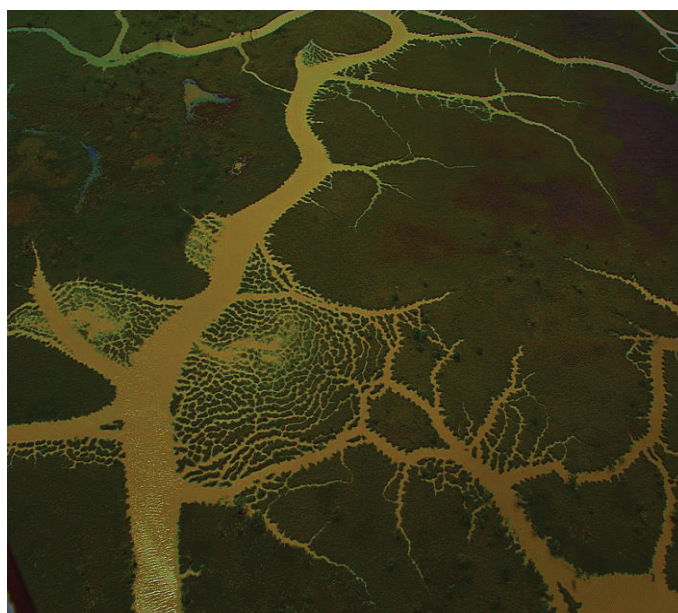
FIGURA 6 – DELTA DO PARNAÍBA



FONTE: VIAGEM E TURISMO (2019)¹¹.

O Delta do Parnaíba conhecido como Delta das Américas corresponde à foz do rio, entre Piauí e Maranhão. O Rio Parnaíba percorre 1.450 km até desembocar no Oceano Atlântico, em cinco braços, com mais de 73 ilhas fluviais. O Delta começa na cidade de Parnaíba, onde se encontra a primeira e maior ilha do Arquipélago: Ilha Grande de Santa Isabel. A Ilha das Canárias, segunda maior do Delta do Parnaíba, está no município de Araisos. Figura 7: imagem de satélite do delta.

FIGURA 7 – IMAGEM DE SATÉLITE DO DELTA DO PARNAÍBA



FONTE: GOOGLE MAPS (2019).

¹¹ <https://viagemeturismo.abril.com.br/atracao/passeio-de-barco-pelo-delta-do-rio-parnaiba-2/>.

O Delta do Parnaíba é formado por 80 ilhas, na foz do Rio Parnaíba, ao desaguar no oceano Atlântico, constituído pelos igarapés, manguezais, lagos, lagoas, dunas de areia. São 2.700 km² de área, com fauna e flora preservadas, entre os Estados do Piauí, Ceará e Maranhão. O Piauí é o principal portão de entrada do Delta, apesar de ser território de apenas 35% do Delta. Segundo PDITS (2012, p. 76):

O Delta do Parnaíba é incluído em roteiros para todos os segmentos de turismo operados no Polo, por se constituir no principal recurso e fator de atratividade dos turistas. Observa-se, porém, que ecoturistas apresentam maior interesse e sensibilidade para a visitação do Delta, do que turistas que buscam sol & praia no litoral do Piauí.

A zona costeira do Estado do Piauí mede 66 km de extensão. É a menor área litorânea dos nove Estados do Nordeste. As praias são pouco conhecidas, comparadas às do Estado do Ceará (PDITS, 2012). Contudo para Putrick, Mariani e Silveira (2014, p. 5):

Quando se busca contextualizar o litoral do Pia , depara-se com uma região de grande heterogeneidade ambiental, socioecon mica e cultural, e com alguns paradoxos. Os principais elementos que fazem essa heterogeneidade são: a grande variedade de ecossistemas naturais, a diversidade de atividades econ micas com graus distintos de desenvolvimento, a variedade cultural de popula es de origem com trajetórias históricas diferentes, e as fortes desigualdades sociais. Quanto aos paradoxos, constatasse que se trata de uma região com valiosos recursos naturais, que são objeto de uma gama de disposi es legais para protegê-los, mas com crescentes níveis de degrada o, ao mesmo tempo em que coexistem diversas atividades em expansão e um grande potencial econômico. Mas, que no seu conjunto, é uma região que permanece subdesenvolvida, sendo considerada uma das regiões mais pobres do País.

Além do litoral do Pia , o Delta do Parnaíba é o principal atrativo da área de estudo. Figura 8: imagem do Delta do Parnaíba com identifica o dos municípios de Parnaíba, Ilha Grande, Luís Correia e Cajueiro da Praia.

FIGURA 8 – IMAGEM DO DELTA DO PARNAÍBA



FONTE: MELO, Maria de Lourdes. Imagem do Delta do Rio Parnaíba, s.d.

Contudo, como no litoral, o Delta apresenta fatores limitantes do desenvolvimento da atividade turística. Entre fatores, inexistência de saneamento ambiental na área urbana, o que gera situação de insalubridade para a população, de riscos à preservação dos recursos naturais.

Problemas ambientais identificados que se relacionam à atividade turística:

- Número de embarcações e falta de fiscalização das embarcações de passeio;
- Lixo acumulado, em todas as áreas, principalmente em pontos de visitação;
- Alteração da faixa litorânea, em decorrência de ocupação, pelos bares e casas de veraneio.

Os impactos devem ser considerados quando se leva em consideração o aumento do número de visitantes, em áreas que não dispõem de infraestrutura e serviços básicos.

Fatores socioeconômicos que limitam o desenvolvimento da atividade turística, nos municípios do Polo Costa do Delta, são infraestrutura de saneamento, fornecimento de energia elétrica, falta ou precariedade de serviços de educação, de saúde e de coleta de lixo. Infraestrutura e serviços não atendem, de maneira

satisfatória, a população residente e, com o aumento do fluxo turístico, pode trazer problemas de ordem ambiental e para a população autóctone. Segundo PDITS (2012, p. 35)

Os impactos decorrentes destes fatores limitantes hoje são pequenos, mas podem agravar e com o aumento do fluxo de turistas, gerando consequências não só para o meio ambiente como para a própria qualidade de vida da população local. Por outro lado, o desenvolvimento do turismo na região apresenta diversas oportunidades para a melhoria da infraestrutura e dos serviços básicos que, se devidamente aproveitadas, podem trazer benefícios significativos à população.

Trabalhar a questão de conscientização dos visitantes, principalmente da população, quanto à necessidade de preservação de áreas ambientais. Adequar infraestrutura e serviços, para atendimento adequado da população contribui para a melhoria da qualidade de vida.

Com dados coletados no Plano de Ação para o Desenvolvimento Integrado da Bacia do Parnaíba (2006) e do Plano Diretor do Litoral (2002), identificam-se interferências físicas e ambientais que impactam a atividade turística:

- Assoreamento dos rios, originado pelo desmatamento de matas ciliares para ocupação da área para cultivo agrícola e ocupação das áreas;
- Necessidade de repovoação dos rios e lagos por alevinos;
- Falta de água potável para abastecimento, em virtude do uso descontrolado e poluição ambiental;
- Pesca predatória, com utilização de material adequado, além de não respeitar o período de defeso da pesca e do acasalamento do caranguejo;
- Desmatamento e uso desordenado de áreas naturais, o que ocasiona perda ou redução da fauna e flora;
- Ocupação ou aterramento de áreas alagáveis, consideradas berçários naturais;
- Alta e descontrolada ocupação da área costeira pelas casas de veraneio e assentamentos ilegais;
- Falta de conscientização da população quanto à disponibilização do lixo que, além de trazer problemas à saúde pública, interfere na beleza cênica local.
- Desenvolvimento da atividade de carcinicultura sem apoio técnico;
- Falta de conhecimento e interesse na produção ecologicamente correta.

O município de Parnaíba tem a melhor estrutura e mais recebe turistas, contudo o principal atrativo: Praia da Pedra do Sal, encontra-se em estado de precariedade e favelização.

Na análise de conteúdo da categoria turismo, questionada a forma a Rota das Emoções contribui para o desenvolvimento do turismo, segundo pessoas consultadas, ditas interlocutores:

Com a Rota das Emoções no Piauí, ela abrange quatro municípios: Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia, e nesse meio temos lugares assim muito procurados. Barra Grande que hoje em dia vem crescendo muito e principalmente o Delta do Rio Parnaíba que temos como portal de entrada um deles. Na cidade de Parnaíba vemos maior crescimento. A busca na questão econômica trouxe a geração de empregos, trouxe, entretenimento. A interação melhor dizendo entre o turista e a comunidade local. Também trouxe algumas coisas ruins, como por exemplo, ainda falta a melhor formação turística. Outro ponto positivo não falei também a questão da das rodovias terrestre (Interlocutor A).

Existe grandes benefícios tem a questão econômica que é o principal que nós temos nos municípios. Outra que coisa que também, a questão do marketing que a feita pelos municípios. Os municípios que antes não eram conhecidos hoje são bastante conhecidos. Quem vem fazer o passeio acaba conhecendo esse roteiro conhecem no roteiro todos. O grande problema ainda é a questão geográfica. Enquanto alguns locais ficam lotados outros não. [...] como eu falei ainda tem esse problema. Enquanto uns têm grande procura. Outros ainda tão um pouco, baixa procura, mas, em contrapartida locais que outrora não eram nem conhecidos e que hoje já são até o destaque. (Interlocutor C).

A principal forma é o turismo. A melhor principal forma é o marketing. Porque até então o Nordeste sempre foi bem requisitado por turistas tanto nacionais como estrangeiros. Mas eles sempre tinham uma imagem, melhor daquela região leste do Nordeste eles procuravam muito Pernambuco procurava muita Bahia devido a suas belezas e não conheciam tanto essa parte. Outra ação parte da região nordeste que o Piauí e o Maranhão principalmente. E depois da Rota das Emoções eles passaram a ver que também nós temos lugares lindos como Delta do rio Parnaíba e Lençóis Maranhenses e ali no Ceará Jericoacoara. (Interlocutor D).

O desenvolvimento automaticamente veio junto, porque tem a divulgação né, porque três estados são melhor que um, a partir de quando juntou as rotas, ficou os municípios integrados, automaticamente o crescimento vem. Muito importante essa criação da Rota. (Interlocutor E).

Nas falas, o turismo está vinculado à questão econômica, integração – exclusão, massificação e *Marketing*.

Verifica-se que parte das deficiências e disfuncionalidades operacionais da Rota das Emoções, vinculadas ao consumo superficial, impede sinergias e

economias de escala derivadas da concentração espacial ou territorial de empresas. A grande extensão do território não permite que a Rota funcione de forma a distribuir turistas. Assim, o consumo dos atrativos turísticos menos conhecidos é superficial. E, em alguns municípios, turistas e visitantes permanecem por poucas horas.

O município de Cajueiro da praia tem problemas pontuais relacionados à atividade de carcinicultura e da pesca com bomba¹², prática que se estende até o município vizinho Chaval/CE.

Atividades positivas vinculadas ao turismo: curso de capacitação com foco no artesanato local e na estruturação de roteiros, valorização do patrimônio natural e cultural, geração de emprego e de renda e organização produtiva do turismo. No município, especialmente Praia de Barra Grande, tem atraído expressivo número de turistas, conforme entrevista com morador, “a intenção é transformar Barra Grande em uma segunda Jericoacoara”.

Questionados a respeito da posição do Estado do Piauí, em relação aos atrativos da Rota, interlocutores afirmam:

A posição do Delta ela é simplesmente a melhor, ela é estratégica, altamente estratégica. Porque ela fica bem no centro, de um lado fica Jericoacoara e do outro lado ficam os Lençóis Maranhenses (...) quem tiver lençóis e quiser conhecer Jeri, ele vai passar por Parnaíba e passando por Parnaíba a tendência que acaba visitando o Delta (...) o Delta também não é tão procurado hoje dia quanto Jeri, mas tá bem, (Interlocutor A).

O Piauí está bem atrás, como se tivesse sendo puxado pelos outros dois destinos, Ceará e Maranhão. (Interlocutor C).

O Piauí em relação aos atrativos da Rota estão (...) bem em relação às estradas e a estrutura para o passeio do Delta. (Interlocutor D).

O Piauí ainda tem que melhorar muito, os turistas sabem somente do Delta, muitas vezes nem sabem que aqui tem praias. Conhecem aqui porque vão a Jeri ou aos Lençóis, ou nem viriam. (Interlocutor F).

Todos os interlocutores evidenciam que o desenvolvimento da atividade turística está vinculado a atratividade dos outros dois estados. Para Silva (2013, p. 188):

¹² Os pescadores da região jogam bombas caseiras na água, com tal procedimento destrói todo o tipo de vida em um raio de cem metros.

Que as políticas públicas poderiam agilizar o desenvolvimento econômico e social local, melhorar a qualidade de vida dos residentes e oferecer condições para a promoção do turismo, entanto, no Piauí, este fato não ocorre, basta verificar o posicionamento mercadológico turístico do litoral piauiense e a sua composição com destinos complementares com os Lençóis Maranhenses e Jericoacoara no Ceará, que estão sendo vendidos no cenário nacional e internacional de forma diferenciada. Torna-se necessário o aumento da integração no roteiro Rota das Emoções aliado a valorização das instituições envolvidas com o turismo na região.

No município de Luís Correia a atividade turística de veraneio é tida como central. Considerado segmento que deixa pouco recurso no município. A predominância é de turistas regionais. Afirmo Silva (2013, p. 185):

O litoral do Piauí possui potencialidade turística, incluindo o turismo de veraneio, no entanto, apresenta elevados índices de carências sociais e de infraestrutura urbana. No sentido de manter a equidade entre os estados do Ceará e do Maranhão, nos aspectos relacionados a qualidade dos serviços, a melhoria da infraestrutura turística, o aumento de agências receptivas, forte apelo do marketing turístico e finalmente a qualificação permanente do trade turístico.

O turismo, nos municípios do Piauí, não tem contribuído para implantação de infraestrutura básica, nem a turística; e o desenvolvimento econômico dos municípios é insipiente. Salienta-se a necessidade de instalação para o bem-estar da população residente e de turistas

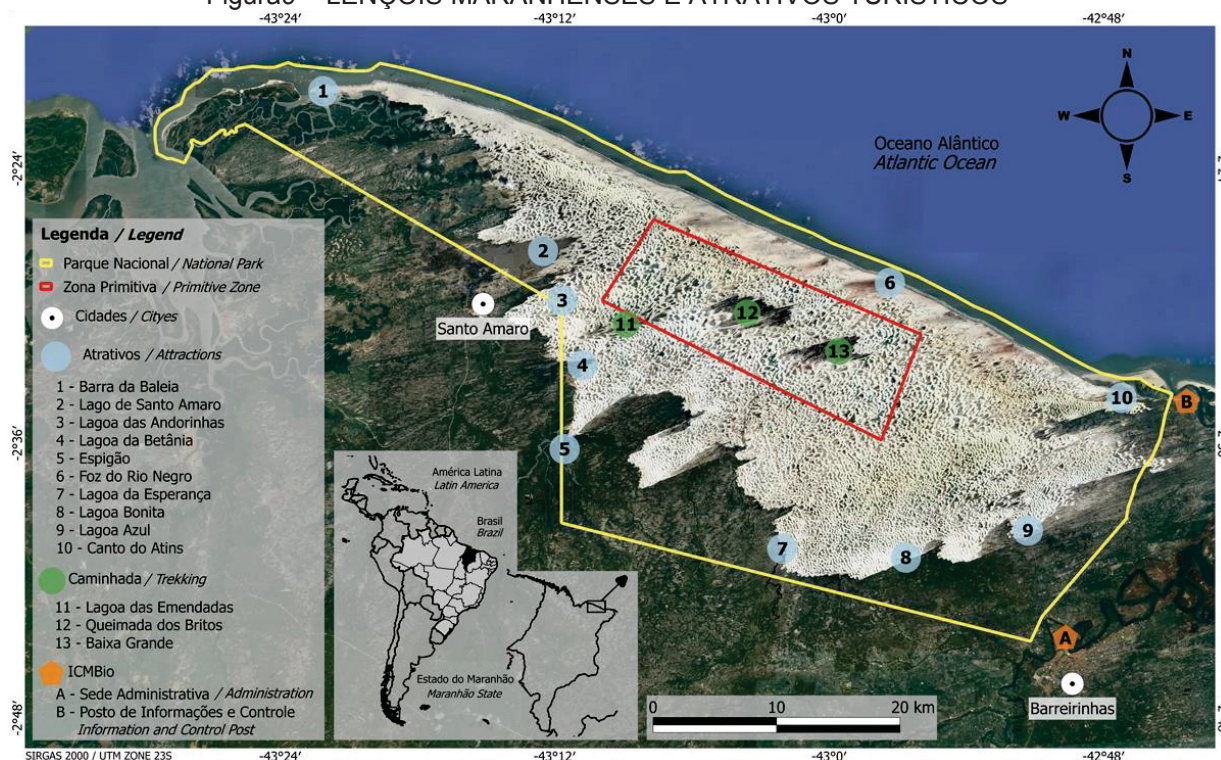
4.2 PARQUE NACIONAL DOS LENÇÓIS MARANHENSES E MUNICÍPIOS

Entre os atrativos da Rota das Emoções, o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses ocupa o segundo lugar no fluxo de turistas. Com base no Brasil (2018), 118.000 turistas visitaram o Parque, no período de três meses do ano, com alta estação, e nove meses de baixa. O período vai de janeiro a julho¹³. O Parque Nacional tem inúmeros atrativos, lagos, dunas, rios, fauna.

Santo Amaro e Barreirinhas concentram a maioria dos atrativos e serviços turísticos, ocupam área dos 'Grandes Lençóis', onde fica o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses (Figura 9).

¹³ No período chuvoso que vai de fevereiro a maio o PN apresenta belos cenários, pois as lagoas interdunares estão cheias.

Figura9 – LENÇÓIS MARANHENSES E ATRATIVOS TURÍSTICOS



FONTE: ICMBIO (2018).

Segundo Sawyer, Tasso e Assad (2010, p. 55):

Diante do enorme potencial turístico e da demanda crescente pelo destino dos Lençóis Maranhenses, o município de Santo Amaro do Maranhão, por sua proximidade ao Parque, tornou-se alvo de visitantes procedentes de diversos lugares de Brasil e do mundo. Em decorrência deste fato um dos principais desafios da administração pública, da comunidade e da iniciativa privada locais é investir na melhoria dos serviços turísticos oferecidos. A análise do segmento de hospedagem da região demonstra uma deficiência, não só na quantidade da oferta de leitos, como, principalmente, na qualidade dos serviços prestados.

Barreirinhas recebe expressivo fluxo de visitantes. Com as visitas, as interferências identificadas, no município, são oferta de trabalho e de renda para população. Entretanto o município cresceu abruptamente, em virtude do turismo, há 19 anos. O crescimento se deu sem planejamento, o que desencadeia a série de prejuízos, ocupação desordenada da orla, falta de saneamento e tratamento de água e lixo, especulação imobiliária, assoreamento dos rios e lagoas.

A ocupação desordenada do espaço e a formação de inúmeras favelas contribuem para o surgimento de problemas de ordem social, tráfico de drogas e prostituição.

Entre os aspectos positivos, Costa (2009) cita: emprego e renda, melhoria da infraestrutura básica como saneamento, profissionalização da mão de obra, preocupação com a preservação ambiental e cultural, estímulo à organização social e produtiva do turismo.

Os municípios de Tutoia e Paulino Neves estão inseridos na Rota timidamente. A consequência do baixo fluxo é a oferta incipiente de infraestrutura turística, como hotéis e restaurantes. Segundo Costa (2009, p. 66): “Na visão da comunidade local, o desenvolvimento do turismo ainda precisa percorrer um caminho longo e, portanto, não motiva as pessoas em investir em equipamentos e na diversificação de serviços turísticos”. O município de Araioses está ligado ao Estado do Piauí, serve como entrada para o Delta do Parnaíba, por localizado entre o Delta e pequenos Lençóis.

4.3 MUNICÍPIOS DO ESTADO DO CEARÁ E O PARQUE NACIONAL DE JERICOACOARA NA ROTA DAS EMOÇÕES

Fazem parte da Rota das Emoções municípios do Estado do Ceará: Chaval, Barroquinha, Camocim, Jijoca de Jericoacoara e Cruz. A APA de Jericoacoara é o principal atrativo, e o que mais concentra fluxo turístico na Rota das Emoções. É o destino mais diversificado, com atração de turistas nacionais e internacionais. A Figura 9 apresenta a área do Parque Nacional de Jericoacoara.

FIGURA 10 – ÁREA DO PARQUE NACIONAL DE JERICOACOARA



FONTE: ICMBIO (2017).

A presença de inúmeras identidades de países diversificados interfere na culinária, nos produtos comercializados, nas pessoas de diferentes etnias que moram ou trabalham no lugar, confere a Jericoacoara a concepção de aldeia global.

O período de baixa estação é curto, do período após o carnaval até a semana que antecede a páscoa. O turismo doméstico ocupa o período dos primeiros seis meses do ano. No segundo semestre, a partir do mês de agosto, o turismo internacional predomina. Nesse período, ocorrem altas de preços, caracterizando-o como época rentável para empresários e comerciantes (COSTA, 2009).

As interferências advindas do turismo: deslocamento da população autóctone para a periferia ou para localidades, em virtude do alto preço do custo de vida, da venda dos terrenos para empresários do turismo, pela falta de trabalho, declínio das atividades econômicas primárias (pesca e agricultura), tráfico e uso de drogas, prostituição e violência (COSTA, 2009). Há problemas com a geração e tratamento do lixo, vinculados à população residente e ao turista. Residentes têm responsabilidade, na forma como tratam e dispõem e turistas, educação,

indiretamente, pelo grande consumo há geração maior de lixo em restaurantes e hotéis.

O trânsito constante de automóveis de turistas e residentes é responsável pelas interferências em dunas e lagoas, problema identificado em Camocim e Jijoca de Jericoacoara e na APA de Jericoacoara. Atividades primárias, pesca e agricultura, em quase extinção causam preocupação. Os residentes abandonaram profissões para trabalho em restaurantes e pousadas. Entretanto, diz Costa (2009, p. 53), isso deve ser “visto com cautela, afinal, existem pessoas que afirmam optar por trocar de atividade tendo em vista a aspereza das atividades tradicionais”.

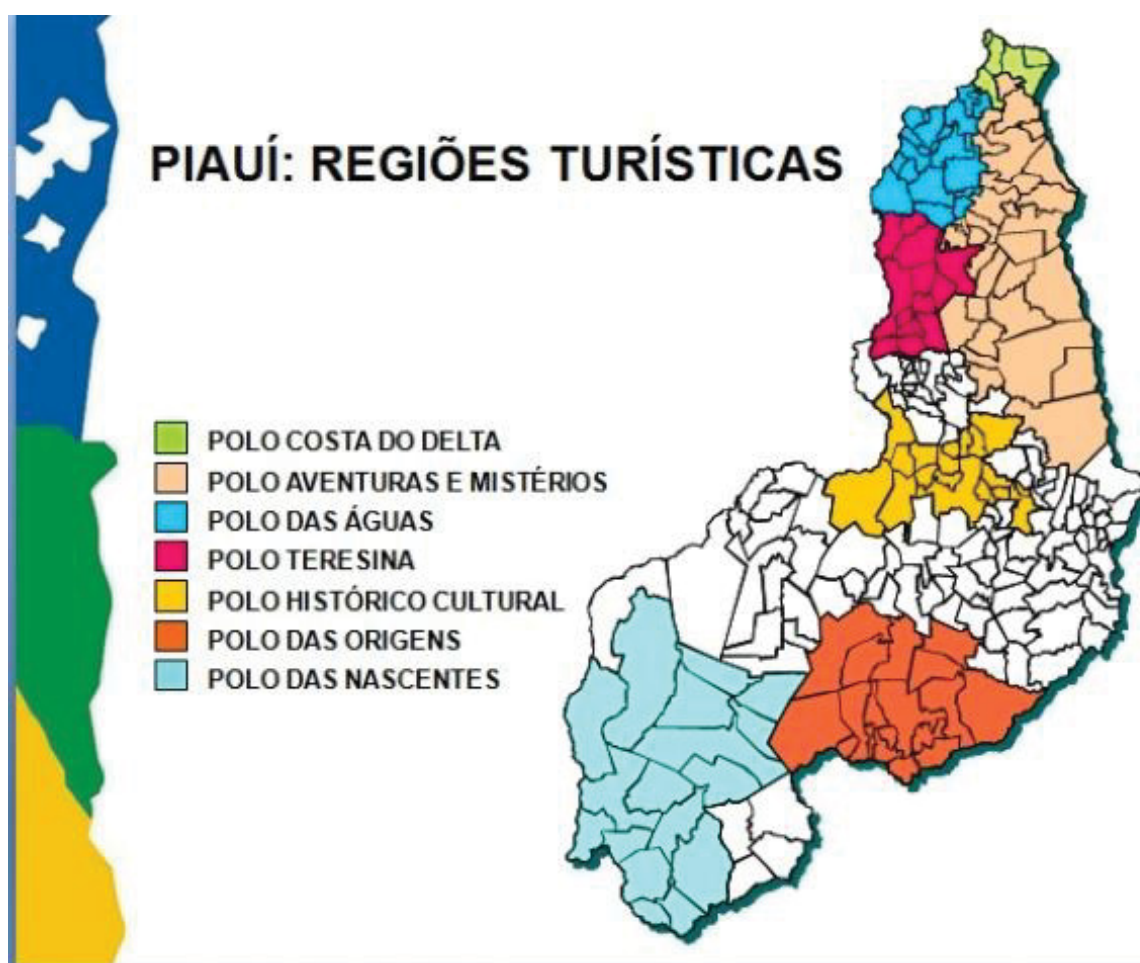
Camocim tem turismo regional, no período de alta estação nacional. Caracteriza-se pelo segmento de negócios, praia e sol. As interferências positivas advindas do turismo estão relacionadas à APA de Jericoacoara, Jijoca de Jericoacoara, Cruz e Camocim: geração de emprego e renda, organização social, dinamização da economia, obras de saneamento básico e de infraestrutura turística, valorização do patrimônio e organização da cadeia produtiva e turística. Os benefícios não estão diretamente relacionados à inserção dos municípios na Rota das Emoções. Empresários e comunidade consideram que o turismo produzido é responsável pelo percentual baixo de turistas. Barroquinha e Chaval apresentam atividade turística insipiente.

5 REGIÃO TURÍSTICA POLO COSTA DO DELTA NO CONTEXTO DO TURISMO DO PIAUÍ

A região turística do Polo Costa do Delta se destaca no Estado do Piauí, é o principal destino turístico, “com papel decisivo para aumentar sua competitividade no mercado turístico e dotar o turismo piauiense de uma identidade forte” (PDITS, 2012, p. 20).

No Programa de Regionalização do Turismo (MTUR, 2004), são consideradas sete regiões turísticas (FIGURA 11). O Polo Costa do Delta abrange o Delta do Parnaíba e o litoral, nos quatro municípios da Rota das Emoções. Principal segmento: ecoturismo.

FIGURA 11 – IMAGEM DAS REGIÕES TURÍSTICAS DO PIAUÍ



FONTE: BRASIL (2017).

Os atrativos naturais dos municípios do Polo Costa do Delta – Parnaíba, Luís Correia, Cajueiro da Praia e Ilha Grande, são praias, dunas, lagos, rios, mangues, áreas singulares. Entre os atrativos culturais, a arquitetura histórica, artesanato e a gastronomia típica, considerados atrativos turísticos “conforme as características de peculiaridade e o interesse que pode despertar nos turistas” (MTUR, 2010, *online*).

No quadro 9 está contido o nome do atrativo, se natural ou cultural, o município a que pertence e a descrição resumida de cada atrativo (PDITS, 2012, p. 23-24).

QUADRO 9 – ATRATIVOS TURÍSTICOS DA REGIÃO POLO COSTA DO DELTA

continua

ATRATIVO	MUNICÍPIO	DESCRIÇÃO
Atrativos naturais		
Delta do Parnaíba	Ilha Grande, Luís Correia, Parnaíba	Constituído por mais de setenta ilhas fluviais, em cinco braços do Rio Parnaíba, ocupando área de 2.700 Km ² , é o único em mar aberto das Américas. O Delta do Parnaíba é explorado por meio de passeios de barcas ou lanchas rápidas, com saída do Porto das Barcas, em Parnaíba, ou do Porto dos Tatus, em Ilha Grande.
Praia do Sal	Parnaíba	Com acesso asfaltado e orla urbanizada com quiosques, é muito procurada por surfistas e também famílias nos fins de semana. Sua ponta com pedras é um dos principais cartões de visita do litoral do Piauí.
Praia de Atalaia	Luís Correia	Com acesso asfaltado e orla urbanizada com quiosques. É uma das praias mais procuradas do litoral. Além dos quiosques, hotéis e restaurantes.
Praia do Coqueiro	Luís Correia	Acesso pavimentado. Concentra grande quantidade de quiosques, pousadas e casas de veraneio no entorno de uma ponta onde afloram formações de coral com piscinas naturais.
Praia do Itaqui	Luís Correia	Mais afastado e sem acesso asfaltado. Com paisagens naturais preservadas, é procurada por ecoturistas e para roteiros de turismo de aventura em ciclomotores.
Praia de Carnaubinha	Luís Correia	Com paisagens virgens, marcada por grande quantidade de palmeiras de Carnaúba. Isolada, sem acesso asfaltado, é procurada por ecoturistas.
Praia Maramar	Luís Correia	Praia de paisagens preservadas, embora apresente algumas casas de veraneio e barracas. Acesso asfaltado.

continuação

ATRATIVO	MUNICÍPIO	DESCRIÇÃO
Atrativos Naturais		
Praia Macapá	Luís Correia	À beira do rio Camurupim, possui poucas barracas que servem tira-gostos. Paisagem de beleza cênica, voltada para o rio e para o mar. Acesso pavimentado.
Praia Barra Grande	Cajueiro da Praia	Procurada pelos praticantes de <i>kite surf</i> e windsurf, conta no pequeno vilarejo com pousadas e barracas. Serve ainda de ponto de partida para passeios no mangue para ver cavalos marinhos. Acesso pavimentado.
Praia Cajueiro	Cajueiro da Praia	Localizada no perímetro urbano, é um porto natural que abriga embarcações de pesca. Conta com algumas barracas que servem tira-gostos.
Praia Itan	Cajueiro da Praia	Localizada no perímetro urbano, encontra-se de frente para o rio, onde se localiza a base do Peixe Boi. Não possui nenhuma infraestrutura.
Lagoa de Portinho	Parnaíba	Conta com infraestrutura de visitação, oferecendo opções de alimentação, estacionamento e lazer. Ali é possível observar dunas que contrastam com águas límpidas. Recebe grande fluxo de visitantes nos finais de semana.
Lagoa do Sobradinho	Parnaíba	Paisagem de interesse cênico e também com potencial para atividades de lazer. Oferece estrutura menor que a Lagoa do Portinho.
Lagoa do Bebedouro	Luís Correia	Paisagem de interesse cênico e local propício para banhos e outros esportes aquáticos.
Morro Branco (dunas)	Ilha Grande	Dunas e lagoa de beleza cênica, sem infraestrutura para receber visitantes. Acesso asfaltado no caminho para o Porto dos Tatus.
Fauna	Cajueiro da Praia, Ilha Grande, Luís Correia, Parnaíba	A região apresenta considerável população de peixes-boi marinho (<i>Trichechus manatus manatus</i>), espécie em extinção e um dos principais motivos pelo qual foi criada a APA do Delta do Parnaíba e, em 1994, uma unidade do Projeto Peixe-boi no município de Cajueiro da Praia. Nos passeios de barco no Delta e em outros locais como Barra Grande, é possível conhecer espécies típicas do mangue, como o caranguejo e o cavalo marinho. Dependendo da época do ano, pode-se também observar jacarés, macacos, cavalos selvagens e uma grande diversidade de pássaros.
Atrativos Culturais		
Edifícios históricos	Parnaíba	O destaque em relação aos atrativos culturais consiste no patrimônio histórico representado por edificações históricas em Parnaíba, com destaque para a Igreja de Nossa Senhora das Graças e a Igreja de Nossa Senhora do Rosário, ambas em bom estado de conservação e adaptadas à visitação turística; a Casa Inglesa, o conjunto da Avenida Getúlio Vargas, e os solares Dona Auta e Dias e Silva.

conclusão

ATRATIVO	MUNICÍPIO	DESCRIÇÃO
Atrativos Culturais		
Porto das Barcas	Parnaíba	O Porto das Barcas é tombado pelo Patrimônio Histórico da União. Localiza-se na região central da cidade, contendo um amplo conjunto de edifícios tombados, remanescente da época em que o local era utilizado para o transporte da carnaúba. Ali funciona um centro cultural, além de lojas de artesanato, serviços de alimentação e agências de turismo. Apesar do mau estado de conservação, é um atrativo de grande potencial.
Artesanato	Parnaíba	O artesanato da região é um atrativo turístico, com destaque para artigos feitos em madeira entalhada, palha, madeira de buriti e pedra, além de licores e doces
Rendas	Ilha Grande	A tradicional renda de bilro produzida pela Associação das Rendeiras de Ilha Grande, reconhecida nacionalmente por sua qualidade e originalidade, é um dos principais destaques da região.
Gastronomia típica	Cajueiro da Praia, Ilha Grande, Luís Correia, Parnaíba	Pratos típicos como a torta de caranguejo e o doce de buriti podem ser apreciados em diversos restaurantes da região e complementam a oferta de atrativos culturais. O potencial turístico pode ser melhor explorado por meio da realização de eventos como festivais gastronômicos, que podem contribuir para a atração de visitantes e reduzir a sazonalidade.

FONTE: PDITS, 2012

Conforme descrição (Quadro 9), alguns atrativos têm maior importância na atividade turística da região Polo da Costa do Delta. Em outros não há infraestrutura, e outros com potencial de atratividade. Sem mais detalhamento quanto à hierarquização dos atrativos, por não ser objetivo do trabalho.

A ligação da região Polo Costa do Delta com as demais regiões se dá pelo Rio Parnaíba, por onde passavam barcos e escoava a produção de bens do interior do Estado. As ligações com a capital Teresina e Estado do Ceará e Maranhão se fazem pela malha viária.

Apesar de sua importância no escoamento da produção local ter diminuído com a ampliação da malha rodoviária no estado e no país, a região tem hoje a sua importância afirmada pela localização estratégica em relação a atrativos turísticos como o litoral do Ceará e os Lençóis Maranhenses, além do seu próprio litoral (PDITS, 2012, p. 30).

Parnaíba conta hoje com aeroporto, porém com a consolidação do aeroporto Parnaíba, não se faz portal de acesso à região. Subaproveitamento e número limitado de voos mantêm a dependência de Teresina como parada final.

Quando se fala de malha viária, as rodovias que dão acesso à região Polo Costa do Delta são BR-343, que liga Parnaíba a Teresina, e BR-402, Parnaíba a Camocim. São pavimentadas, com pista simples. Em muitos trechos, não há acostamento. É comum animais a circular (jumento, cavalo, porco), o que torna a viagem perigosa (Figura 13).

FIGURA 13 – CIRCULAÇÃO DE ANIMAIS NA RODOVIA BR-402/PIAUÍ



FONTE: A autora (2018).

Há que melhorar a ligação com estados vizinhos. Com o Ceará, a partir do município de Cajueiro da Praia, em péssimo estado de conservação (Figura 14, 15).

FIGURA 14 – RODOVIA ESTADUAL, BR-402



FONTE: A autora (2018).

FIGURA 15 – SINALIZAÇÃO RODOVIA BR 402, TRECHO QUE LIGA O MUNICÍPIO DE CAJUEIRO DA PRAIA – PI A CHAVAL – CE



FONTE: A autora (2018).

Na estadual BR 402, trecho que liga Cajueiro da Praia – PI a Chaval – CE, a sinalização é precária ou inexistente (Figura 15). Em nenhum trecho há sinalização da Rota das Emoções.

Os demais municípios da região se ligam por rodovias estaduais, pavimentadas, em bom estado de conservação. Quadro 8: distancias e rodovias de acesso aos municípios do Polo e à capital Teresina.

QUADRO 10 – DISTÂNCIAS E RODOVIAS DE ACESSO AOS MUNICÍPIOS DO POLO

	Teresina	Parnaíba	Luis Correia	Ilha Grande	Cajueiro da Praia
Teresina		308 Km (BR-343)	319 Km (BR-343)	314 Km (BR-343, PI-210)	388 Km (BR-343, PI-210, PI-301)
Parnaíba	308 Km (BR-343)		11 Km (BR-343)	6 Km (PI-210)	80 Km (PI-210, PI-301)
Luis Correia	319 Km (BR-343)	11 Km (BR-343)		17 Km (PI-210, BR-343)	91 Km (BR-343, PI-210, PI-301)
Ilha Grande	314 Km (BR-343, PI-210)	6 Km (PI-210)	17 Km (PI-210, BR-343)		86 Km (PI-210, PI-301)
Cajueiro da Praia	388 Km (BR-343, PI-210, PI-301)	80 Km (PI-210, PI-301)	91 Km (BR-343, PI-210, PI-301)		

FONTE: PDITS (2012).

É preciso melhorar a ligação com os estados vizinhos. Com o Ceará, a partir do município de Cajueiro da Praia, em péssimo estado de conservação e, com o Maranhão, o acesso, compromete a integração com destinos complementares da Rota das Emoções. Em nenhum trecho há sinalização. Não há qualquer menção à Rota das Emoções. Assim, fica comprometida a consolidação do destino, sem alternativas turísticas e capacidade de atrair visitantes.

A infraestrutura aeroportuária é constituída pelo aeroporto Internacional de Parnaíba - Prefeito Dr. João Silva Filho, que atende a região Polo Costa do Delta, a 4 km do centro. Apesar da localização privilegiada (INFRAERO, 2011), dois voos regulares atendem a região.

O aeroporto é moderno com capacidade para receber voos nacionais e internacionais (INFRAERO, 2011). Em 2014, realizaram-se obras de investimento na melhoria do terminal de passageiro, pátio das aeronaves e pista, até o ano de 2010 o aeroporto atendia aeronaves particulares (voos charter). Segundo o PDITS (2012, p. 32):

Na soma, o total vem apresentando números crescentes, o que demonstra que, apesar de se constituir apenas 0,6% do movimento de aeronaves no país, o aeroporto de Parnaíba tem potencial de uso crescente, não somente para aeronaves executivas, mas também para voos charter, trazendo turistas nacionais e internacionais. Como os voos charter se caracterizam pelo transporte de turistas, as localidades do Polo Costa do Delta têm condições de receber um número maior de turistas, desde que a infraestrutura receptiva acompanhe esse processo.

A falta de passageiros de voos regulares segue série histórica. Desde 2006, desembarcaram 386 passageiros no aeroporto de Parnaíba. Voos charter com um número reduzido de turistas nacionais (800) e internacionais (792), no ano de 2006. Em 2007, número inferior. Nos anos seguintes, de 2008 a 2010, não houve registro de entrada de turista. Com as reformas, o número de passageiros vem crescendo 27% ao ano (PDITS, 2012). Apesar dos investimentos, não houve aumento significativo. Quadro 11: dados fornecidos pela companhia aérea Azul (2019): dia da semana, rota do voo, horário e a companhia aérea.

QUADRO 11 – VOOS QUE ATENDEM O AEROPORTO DE PARNAÍBA - PI

Partidas Parnaíba - Santos Dumont (PHB) – sexta feira		
Rota do Voo	Horário	Companhia aérea
Parnaíba - Santos Dumont – Teresina	14:05	Azul Brazilian Airlines (AD5500)
Parnaíba - Santos Dumont - Campinas - Viracopos	14:05	Azul Brazilian Airlines (AD5500)
Chegadas Parnaíba - Santos Dumont (PHB) – sexta feira		
Rota do Voo	Horário	Companhia aérea
Campinas - Viracopos - Parnaíba - Santos Dumont	13:35	Azul Brazilian Airlines (AD5500)

FONTE: ADAPTADO PELO AUTOR DE AZUL COMPANHIA AÉREA (2018).

Voos atendidos, uma vez por semana, no período de alta temporada, julho e de dezembro a fevereiro. Não há conexão com outros voos, o que torna os valores das passagens elevados. Assim, o número de passageiros é inferior ao de outros destinos de turismo da região.

O programa Piauí Conectado pretende disponibilizar pontos de internet a 96 municípios. Os da região Polo Costa do Delta fazem parte da segunda fase. Segundo a Agência de Tecnologia da Informação do Estado do Piauí (ATI, 2018), serão atendidos diretamente 80% da população pela rede de fibra ótica.

Falta de sinal de internet e telefonia móvel interfere negativamente na atividade turística. Sem comunicação, todo o litoral, têm prejuízo hotéis,

restaurantes, agências de viagem e sem possibilidade de reserva e contatar visitantes, turistas e/ou fornecedor. Além de contratempo de turista desavisado.

Há canais de TV, abertos e fechados, disponíveis à população. À internet banda larga, disponibilizada, segundo IBGE (2010), apenas 10% da população tem acesso. O Governo do Estado anunciou, em 2018, que 140 municípios seriam contemplados com investimento em internet por satélite e fibra ótica.

Ao se ter serviços básicos de infraestrutura, os dados analisados não são animadores. O saneamento básico, componente de serviços que atendem residentes e turistas é fator crítico e gera impacto ambiental. Conforme informações da Agespisa, no ano de 2009, o percentual de domicílios atendidos (por distribuidora), pela rede de água potável, em quatro municípios, fica dentro da margem do Estado e do Brasil. Para residentes não atendidos, instalam-se poços que, muitas vezes, não têm água potável¹⁴.

Entretanto índices da Fundação CEPRO (2000), referentes às instalações regulares adequadas de esgoto da Região Polo Costa do Delta são desfavoráveis. Somente Parnaíba tem 82% dos domicílios com banheiro ou sanitário, seguido do município de Ilha Grande (68,5%) e, em situação crítica, Luís Correia (43,8%) e Cajueiro da Praia (25%). Ainda conforme PDITS (2012), não há serviço de esgotamento sanitário na rede urbana dos municípios do Polo (Figura 16).

FIGURA 16 – ALAGAMENTO DA ÁREA URBANA DO MUNICÍPIO DE PARNAÍBA



FONTE: A autora (2017)

¹⁴ Não há informações de quantos domicílios são atendidos por poços e a qualidade desta água. Assim a população fica vulnerável a contaminação e extração exagerada da água potável do lençol freático.

Os alagamentos, na área urbana de Parnaíba são comuns em períodos de chuva. O baixo índice ou inexistência de saneamento básico adequado à população comprometem o bem-estar da população e de turistas da Região Polo Costa do Delta. No que tange ao fornecimento de energia elétrica, a situação não se altera significativamente, apesar de ser serviço essencial. Conforme PDITS (2012, p. 43):

O seu fornecimento pode favorecer o desenvolvimento socioeconômico das comunidades marcadas pela presença de consideráveis índices de pobreza, pois viabiliza o acesso a outros serviços, tais como, educação, saúde e saneamento básico.

A Região Polo Costa do Delta tem o menor número de atendimentos domiciliares pelo serviço de energia elétrica, em comparação com estados da Região Nordeste e do Estado do Piauí (PDITS, 2012). Parnaíba tem 4,7% de domicílios sem energia elétrica. Luís Correia, 75,3% de domicílios atendidos pelo serviço; Cajueiro da Praia, 79% e Ilha Grande 87,1%.

Dados disponibilizados são antigos (2000) e não foram disponibilizados novos. Segundo PDITS (2012) há parcela considerável da população sem atendimento do serviço de energia elétrica. Além disso, o atendimento não tem padrão adequado de consumo, que atenda necessidades maiores da demanda. As comunidades distantes têm queixas sobre a qualidade do serviço oferecido.

Na análise da estrutura e de serviço saúde dos quatro municípios, identifica-se que os municípios de Cajueiro da Praia e Ilha grande não têm hospital, apenas atendimento ambulatorial. Tabela 7: dados proporcionais de unidades de saúde e número de habitantes. Para análise da capacidade de atendimento.

TABELA 7 – NÚMERO DE ESTABELECIMENTO DE SAÚDE

Municípios	Estabelecimentos de saúde	População	Proporção
Luis Correia	14	26.147	1.868
Parnaíba	60	140.839	2.347
Cajueiro da Praia	2	6.981	0
Ilha Grande	5	8.420	0

FONTE: Adaptado de IBGE (2006).

Parnaíba está melhor equipada para atender à população dos municípios Polo Costa do Delta. Contudo, segundo PDITS (2012), com os estabelecimentos de saúde existentes, não é possível atender, de forma satisfatória, turistas e visitantes dos municípios Polo Costa do Delta.

No levantamento dos dados em disponibilidade do serviço de limpeza urbana prestado, nos quatro municípios, 76,1% de residências têm serviço de coleta de lixo. Cajueiro da Praia tem 5,4% de domicílios atendidos. Luís Correia com 21,3% e 28,5% o município de Ilha Grande (PDITS, 2012).

Consideramos o serviço de limpeza urbana essencial ao bem-estar de residentes e turistas. A falta ou deficiência do serviço causam danos à saúde e bem-estar da população. Além de prejuízos ambientais e comprometimento de qualidade dos atrativos turísticos. Figura 17: registro de disponibilização do lixo de forma inadequada, na Avenida Nações Unidas (Beira Rio), no centro do município de Parnaíba.

FIGURA 17 – LIXO JOGADO A CÉU ABERTO NA AVENIDA BEIRA RIO - PARNAÍBA/PI



FONTE: A autora (2017).

Nos municípios da área de estudo, a forma como é disposto o lixo é precária, também não há limpeza urbana, além da questão cultural que deve ser trabalhada. A população e não apenas turistas tendem a jogar o lixo nas ruas, terrenos baldios, transeuntes jogam pelas janelas dos carros em vias públicas.

No que tange ao serviço de segurança pública, segundo o PDITS (2012), Piauí apresenta o menor índice de homicídio, ao se levar em conta a média

nacional. Apresenta entre 5 e 16 homicídios por 100 mil habitantes. Situação que traz benefícios à população e turistas.

Iniciativas de planejamento, para ordenar, ocupar e desenvolver a Região Polo Costa do Delta têm se desenvolvido. Entre as analisadas, a criação da Área de Proteção Ambiental do Delta do Parnaíba (1996); Zoneamento Ecológico Econômico (2002) e PDITS (2002 e 2012). Todas as iniciativas têm a abordagem integrada do território dos municípios de Parnaíba, Luís Correia, Cajueiro da Praia e Ilha Grande, pela fragilidade ecológica, singularidade, similaridade e relação entre municípios. O que, conforme o PDITS (2012, p. 46), “reforça a ideia de que estes municípios configuram uma unidade de planejamento territorial de fato”.

Planos diretores dos quatro municípios tiveram como base diretrizes do ZEE, e ensaiam desfecho conjunto para os problemas de tratamento e disposição de resíduos sólidos e de abastecimento de água; entretanto, nenhum dos planos saiu do papel. A falta de articulação regional e de poder central inviabiliza o processo de planejamento e ordenamento do solo.

A situação se repete nos órgãos de gestão municipal de turismo. A falta de capacidade de gestores dos órgãos municipais dificulta o fortalecimento institucional e impede a constituição de unidade de planejamento integrada para os municípios da Região Polo Costa do Delta.

Na esfera estadual, os órgãos de promoção de ações e de obras para o turismo são Secretaria Estadual de Turismo (SETUR), Secretaria Estadual de Planejamento (SEPLAN) e Secretaria Estadual de Meio Ambiente (SEMAR).

O quadro institucional do turismo não é recente, contudo, sua atuação é incipiente e desarticulada. De acordo com a PDITS (2014), em 2007, o Governo Estadual adota novo modelo de gestão com a Secretaria de Turismo. Mesmo com a criação da Secretaria de Turismo do Piauí (SETUR/PI), o Governo manteve a PIEMTUR até o final de 2010, quando da sua extinção, passa atribuições, promoção e divulgação da atividade turística estadual à SETUR. Apesar de atribuições distintas das dos órgãos estaduais, há sobreposição de projetos, conflitos e, por vezes, desarticulação inter e intrassetorial. Parte do problema decorre da troca de funcionários nas mudanças de governo e parte pela falta de articulação dos gestores da Secretaria Estadual de Turismo.

As Instituições de Ensino Superior desempenham importante papel no desenvolvimento da atividade turística dos municípios da Região Polo Costa do

Delta. A Universidade Federal do Piauí (UFPI), por meio do Curso de Turismo, tem atuação maior. As comunidades atuam ativamente por meio das organizações sociais e comunitárias, nos quatro municípios do Polo Costa do Delta, além do SEBRAE, que orienta e articula o desenvolvimento da atividade turística no Polo Costa do Delta.

5.1 INTEGRAÇÃO DO POLO COSTA DO DELTA COM ROTEIROS E REGIÕES TURÍSTICAS

A análise da situação do Polo Costa do Delta, em relação às demais regiões turísticas do Piauí, e Rota das Emoções, roteiro que compreende os Estados do Ceará e Maranhão. Existe flexibilização na formatação de roteiros por parte de operadoras, para atender turistas da região. Também acontece por parte das operadoras de outros estados que buscam integrar o Polo Costa do Delta aos roteiros comercializados. A flexibilização acontece em função do valor elevado, pago pelos visitantes de núcleos emissores de regiões do país e de países. Os valores são compostos pelo valor da passagem aérea e passeios ao Delta do Parnaíba e litoral dos quatro municípios do Estado do Piauí, que podem não atender satisfatoriamente à relação custo X benefício da viagem (PDITS, 2012). A justificativa de diversificação de atrativos embasa a integração com a Rota das Emoções, e demais regiões turísticas do Estado.

Na pesquisa de demanda turística, no litoral do Piauí (CEPRO, 2008), identifica-se que, entre os turistas, 36,4% dos visitantes do litoral incluem a capital do Estado, Teresina em roteiros. Em relação às outras regiões turísticas, municípios visitados:

- Barras - Polo das Águas -18,2%
- Piracuruca - Polo Aventura e Mistério – 9, 1%
- Raimundo Nonato – Polo Origens – 9, 1%
- Picos e Floriano - Polo Histórico e Cultural - 9,1% cada.
- Bom Princípio do Piauí que não fazia parte de nenhuma região turística – 9,1%

Entre as regiões turísticas, a que mais recebe turistas é a Região Polo Costa do Delta, conforme entrevista, com a representante do Ministério do Turismo, de setenta e sete municípios de regiões turísticas, apenas sete possuem conselho municipal de turismo ativo. A região Polo Costa do Delta é a única que tem Conselho Regional ativo, estruturado, mas sem proposta de atuação.

AVANÇOS E RECUOS DA ROTA DAS EMOÇÕES NO PIAUÍ

A Rota das Emoções é o roteiro turístico do Nordeste que ultrapassa limites geopolíticos estaduais, integrando Ceará, Piauí e Maranhão. Insere-se na Região Turística do Meio-Norte, na faixa litorânea que compreende o extremo oeste cearense, norte piauiense e noroeste maranhense (Figura 18). Inicialmente denominado Roteiro CE-PI-MA, junção de siglas dos estados que o compõem, posteriormente Rota das Emoções.

FIGURA 18 – ÁREA DE ABRANGÊNCIA DA ROTA DAS EMOÇÕES

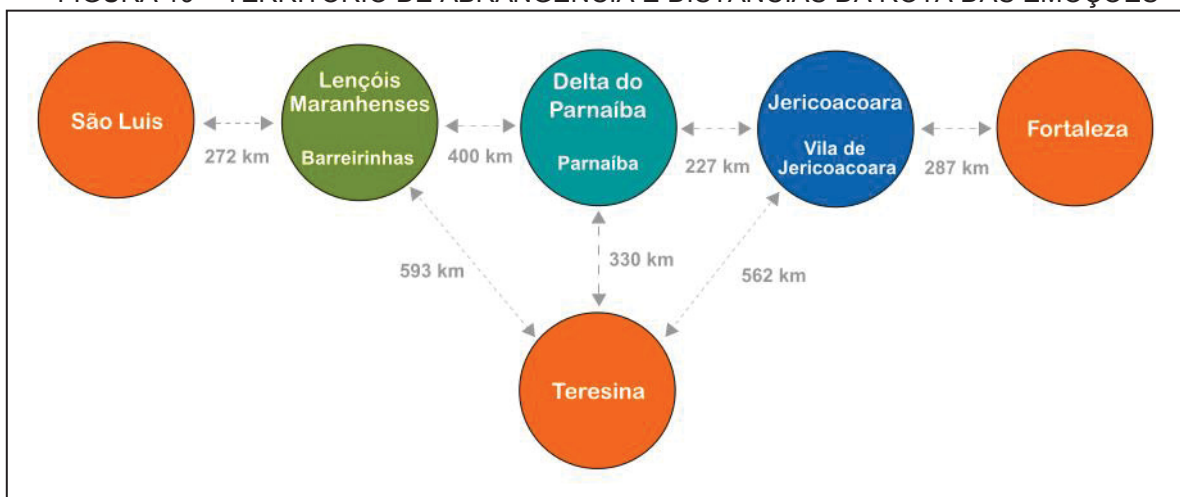


FONTE: ROTA DAS EMOÇÕES (2017).

Pela motivação de turismo de sol e praia, ecoturismo, turismo cultural, turismo desportivo e de aventura, a Rota das Emoções constitui-se de três estados e quatorze municípios - Araiosés, Barreirinhas, Paulino Neves, Santo Amaro e Tutoia, no Maranhão; Cajueiro da Praia, Ilha Grande, Luis Correia e Parnaíba, no Piauí; Barroquinha, Camocim, Chaval, Cruz e Jijoca de Jericoacoara, no Ceará - além de instituições, associações, agentes privados e órgãos de gestão de três unidades de conservação.

Em sentido amplo, a Rota atinge quase 1.200km, entre Fortaleza e São Luis, principais portões de entrada no roteiro. O território de abrangência e distância, entre os destinos da Rota das Emoções, estão representados esquematicamente (Figura 19):

FIGURA 19 – TERRITÓRIO DE ABRANGÊNCIA E DISTÂNCIAS DA ROTA DAS EMOÇÕES



FONTE: BRASIL (2014).

Diz Coriolano (2009) que se deve ao crédito na contribuição da atividade turística, em oferecer ao desenvolvimento regional e à redução de desigualdades regionais, discurso utilizado na mídia nacional. Sob esse pretexto, os governos investem no turismo, na qualidade de vetor de desenvolvimento socioeconômico, acreditando no poder de arrecadação de impostos, taxas, tributos e acumulação de capital da iniciativa privada.

A estruturação de rotas para o turismo como atrações tem se tornado estratégias. Rotas, além de atrair visitantes para determinadas áreas que, mesmo não possuindo potencial turístico, possibilitam a permanência dos visitantes por um período maior, aumentando o gasto. A ferramenta utilizada é interligar as atrações e dispersar o recurso entre pessoas envolvidas.

A desconcentração do turismo, em escala mundial, vem contribuindo para a redução das desigualdades e para a promoção de ambiente favorável ao desenvolvimento equilibrado da atividade. Isso se dá em ambientes urbanos e rurais. Na Europa Oriental, o turismo foi identificado como catalisador para estímulo ao crescimento econômico, aumento da viabilidade de regiões subdesenvolvidas e melhorar o padrão de vida da população (MEYER, 2004).

A importância do setor do turismo para a redução da pobreza e para facilitação do desenvolvimento de economias menos desenvolvidas e emergentes é reconhecida. A importância crescente do turismo para países em desenvolvimento está estreitamente vinculada ao papel do emprego, na promoção dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), particularmente de metas relacionadas ao emprego e à redução da pobreza (Meta 1), ao gênero e ao empoderamento das mulheres (Meta 3), e à relação entre emprego e sustentabilidade ambiental (Meta 7) (PUTRICK; SILVEIRA; CURY, 2015).

É importante reconhecer, no entanto, que, embora o turismo gere emprego e contribua significativamente para o crescimento econômico, ele não constitui fórmula automática para a redução da pobreza. Os países em desenvolvimento devem enfatizar o setor nos Documentos de Estratégia Nacional para a Redução da Pobreza (DENARP) e as instituições financeiras devem reconhecer o impacto do turismo em estratégias de apoio, o que exige envolvimento de todas as partes interessadas, por meio de intenso diálogo social. O turismo causa impactos sobre pessoas afetadas pela pobreza: geração de renda; desenvolvimento de economias locais/rurais e dos meios de vida das pessoas; Impacto sobre o ambiente natural e cultural no qual vivem (op. cit. 2015).

Com efeito, nos últimos anos o turismo cresceu em muitos países, e se tornou atividade importante, do ponto de vista econômico e os impactos negativos começaram a ser mais bem percebidos, divulgados e pesquisados. Questões como rápidas alterações no modo de vida e na cultura de populações, degradação ambiental e consumo indiscriminado dos recursos naturais, expulsão de populações de seu território, crescente especulação imobiliária e inflação provocada pelo turismo, em muitos lugares de destino, em particular de Sol e Praia, passaram a receber mais atenção da mídia, dos governos e da academia (op. cit. 2015).

Assim, a dispersão de turistas, vinculada à dos benefícios econômicos gerados pelo produto turístico integrado com a abordagem de *marketing*, constitui passo inicial do desenvolvimento de rotas. Cooperação e parceria entre comunidades é resultado da integração de atrações e atividades, unificado em um sistema de rotas.

Dessa forma, a rota pode ser estratégia para o desenvolvimento de áreas marginais, em países desenvolvidos ou em desenvolvimento (MEYER, 2004). As

rotas geram mudanças em determinadas regiões, dependendo do grau de engajamento das comunidades envolvidas, positivas ou negativas.

No planejamento do turismo, a estratégia de dispersão dos turistas tem em vista a redução da pressão das principais atrações turísticas. Com a dispersão, é possível desconcentrar renda, pois, quando o turista visita novas zonas, sua presença gera oportunidades para novos empreendimentos e estimula a economia. A última estratégia de dispersão visa aumentar o tempo de permanência e o gasto total dos turistas apresentando características novas do destino (MEYER, 2004).

Além de estabelecer ligações com áreas marginais e aprimorar o produto. As estratégias foram adotadas pelo Ministério do Turismo, no Programa de Regionalização do Turismo, quando implementadas as rotas turísticas, no Brasil.

Rotas são estruturas para reunir variedade de atividades e atrações em tema unificado. Prometem estimular oportunidades empresariais e o desenvolvimento de produtos e serviços auxiliares (GREFFE, 1994; GUNN, 1979; FAGENCE, 1991; LEW, 1991; MIOSSEC, 1977; LONG; PERDUE; ALLEN, 1990; GETZ; PAGE, 1997; MEYER, 2004). Os temas relacionam-se às atividades e às atrações da região em que a rota está inserida. No Programa de Regionalização do Turismo, foi criada a Rota das Emoções, nome atribuído. Na Rota das Emoções o tema relacionado é a “Emoção”, considerado tema subjetivo. Conforme Meyer (2004), as rotas têm início com o objetivo de:

- Dispersar os visitantes e a renda para áreas marginais;
- Tornar atrações e características menos conhecidas para o produto turístico;
- Aumentar o apelo global do destino;
- Aumentar o gasto e o tempo de permanência do turista no destino;
- Aumentar a sustentabilidade do produto turístico com a atração de novos e antigos turistas.

Para que os objetivos sejam atingidos, é necessário parceria e cooperação entre os envolvidos e rota consolidada como produto comercializável e rentável. Para Meyer (2004), além da atratividade, destacam-se: distância geográfica – distância entre a região geradora de fluxo e o destino turístico, diretamente relacionada ao segmento turístico e pode deixar de ser empecilho pela atratividade do produto; tempo de viagem – é o tempo necessário para cobrir a distância

geográfica, e o tempo despendido para cobrir a rota. A rota tem que possuir atrativos suficientes para que os visitantes permaneçam mais tempo, quantidade de dinheiro que o turista precisa para cobrir a distância (ou seja, quanto é o segmento disposto a gastar para alcançar e percorrer a rota, e a rota oferece valor pelo dinheiro, ou seja, há atrações suficientes para visita); distância cognitiva considerada distância entre a região geradora e o destino, vinculada à percepção do produto turístico e da rota como similares ou distantes do ambiente doméstico.

Cobrir distâncias e tempo gasto está relacionado ao segmento. Nas rotas culturais e rotas de paisagem, grande percentual de visitantes é de domésticos, e, conforme estudo das rotas do vinho, na África do Sul, estima-se que distância de 180-200 km unidirecional é o máximo que os visitantes estariam dispostos a percorrer (BRUWER, 1990).

Na Rota das Emoções, a maioria dos visitantes é de domésticos, com extensão de 404 km, longa, apesar de grandes atrativos. A estruturação de rotas de turismo tem se tornado alternativa como atrativo, em diversos países. Oportunizam desenvolvimento e dispersão de produtos. Assim, atrair visitantes que buscam novas experiências. As rotas atraem os turistas para uma experiência individual, com maior flexibilidade, e única (POON, 1993; HUMMELBRUNNER; MIGLBAUER, 1994; GILBERT, 1989).

A implementação da Rota das Emoções deu oportunidade a prestadores de serviços de áreas marginais de oferecer produtos e atividades. Tem um público diferenciado do turismo de massa padronizado. Conforme Meyer (2004), as rotas variam consideravelmente, em comprimento e em escala, assim como o tema adotado, além das características e número de visitantes, algumas desenvolvidas para o mercado interno, em áreas que não são de interesse de turistas internacionais e têm como foco visitantes domésticos.

Há integração com as demais regiões turísticas do Estado, a integração turística se dá com a Rota das Emoções, entre Piauí, Ceará e Maranhão. A Rota das Emoções compreende 14 municípios: Barreirinhas, Paulino Neves, Tutóia, Santo Amaro e Araisos, no Estado do Maranhão; Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia, no Estado do Piauí; e Chaval, Camocim, Barroquinha, Cruz e Jijoca de Jericoacoara, no Estado do Ceará.

A iniciativa de regionalização, entre três Estados, se deu a partir de 2004, com o Programa de Regionalização do Turismo e teve significativo avanço. Conforme o PDITS (2012, p. 33):

A operacionalização da rota encontra-se bastante avançada, especialmente, quanto ao caráter institucional, a partir da criação do Consórcio Público do Meio Norte, em abril de 2007, cuja entidade executiva é a Agência para o Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS), além da organização da Associação das Empresas da Rota das Emoções (AETRE). Cabe destacar que os três principais focos da ADRS são: Turismo, Energia Limpa e Alimentos Saudáveis.

A Rota das Emoções, considerada pelo Ministério do Turismo melhor roteiro do Brasil, em 2009, concorre com 90 roteiros. Embora tenha marca criada em 2009 (FIGURA 20), não sinaliza o roteiro. Conforme entrevista com Interlocutor E: *“durante o período de 2009 houve forte incentivo para o uso e o fortalecimento da marca da Rota das Emoções por parte do SEBRAE, AETRE e ADRS”*. Contudo sua operacionalização tem sofrido recuos com a extinção do Consórcio e da AETRE.

FIGURA 20 – LOGOMARCA DA ROTA DAS EMOÇÕES



FONTE: SEBRAE (2010).

A marca não foi adotada pelos Estados na sinalização do acesso ao roteiro. Para o Interlocutor F: *“era difícil obter a marca no estabelecimento, as exigências eram demais, tinha que adequar isso, aquilo. Ficava caro, inviável”*.

Lançada pelo Programa de Regionalização do Turismo, em 2004, a Rota das Emoções, no Piauí, era chamada de Delta Selvagem, previstos projetos de

Educação Ambiental, desenvolvimento de Turismo, de base comunitária e rural e qualificação profissional. Projeto com nome de Jeri-Delta-Lençóis e pacotes comercializados pelas operadoras turísticas especializadas em roteiros ecoturísticos (PDITS, 2012).

Trata-se de roteiro estruturado e comercializado com o nome de Rota das Emoções. Não tem grande destaque no mercado brasileiro e internacional. Algumas operadoras divulgam os pacotes com o nome Rota das Emoções.

Ela surge como estratégia de desenvolvimento de áreas marginais, com produtos turísticos menos estruturados. Além de atrair turistas de interesse especial, que, muitas vezes, permanecem mais tempo no local e têm gasto maior. A Rota das Emoções se diferencia de produtos turísticos direcionados a turistas de longa duração. São usuários visitantes internacionais e domésticos, em feriado de interesse especial, ou durante a noite. Visitantes percorrem a Rota, ou parte dela, em dia de excursão.

O potencial das rotas turísticas tem sido avaliado constantemente. Segundo Meyer (2004), em 1964, Conselho da Europa estrutura grupo de trabalho para discussão de rotas culturais europeias, com proposta de consciencialização da cultura europeia, por meio de viagens e estruturação de rede de turismo cultural e patrimonial, estimulando o desenvolvimento socioeconômico e cultural, além de melhorar a qualidade de vida da população.

Em 1980, a ideia é posta em prática com a implementação do Caminho dos Peregrinos de Santiago de Compostela, foi denominado de “Rota do Turismo Cultural” que percorre dois países, e, no percurso, com atrativos, ricos em associação histórica, artística e social (*COUNCIL OF EUROPE*, 2002, p.2). O programa é coordenado pelo Instituto Europeu de Rotas Culturais, baseado em redes de compartilhamento de informações e cooperação multilateral, em cadeia de projetos.

Assim, como as rotas europeias, as criadas no Brasil, pelo Programa de Regionalização do Turismo, devem ter coerência pela ligação histórica, econômica e cultural entre estados, capitais, cidades menores e regiões histórico turísticas. A multiplicidade de experiências enriquece e é capaz de aumentar o consumo turístico.

Trilhas de patrimônio histórico, implementadas nos Estados Unidos, contribuem para o desenvolvimento de série de atrações e de atividades instaladas, ao longo das rotas (HILL; GIBBONS, 1994). As Trilhas *Western Heritage*, por

exemplo, servem como catalisador para estimulação de produções teatrais, trens de vagões e trilhas a cavalo. Autores argumentam que, com os turistas dispersos, ao longo do comprimento da trilha, capacidade de carga e gestão são facilitadas, impactos ambientais negativos são reduzidos e benefícios econômicos, distribuídos.

A rota em si é um elemento importante do produto turístico (MEYER, 2004). O percurso pode ser estabelecido por definição regional, tema que transcenda a diversidade geográfica. Ainda, à distância, pode fornecer tema exclusivo, porém comercializável e integrado. Em si, não há que ter a estrada como base, os meios de transporte podem e variados.

O percurso é definido, para integrar três principais atrativos naturais, Delta do Parnaíba, Lençóis Maranhenses e Parque Nacional de Jericoacoara, contudo a Rota não funciona de forma integrada.

Entre os princípios de planejamento turístico, estão os *gateways* de turismo, áreas de agrupamentos de atrações (MEYER, 2004). O conceito se refere a pontos de entrada em região ou país, em termos de rota de transporte; aeroportos, portos e/ou autoestradas. *Gateways* é área de preparação perto da porta de entrada da rota. São áreas com instalações de suporte (alojamento, serviço, compra) de turistas que entram ou saem do destino. Os *gateways* são as principais cidades, perto ou dentro destas.

Para Inskeep (1991), no planejamento do turismo, o agrupamento de atrações é importante princípio que visa atrair turistas. Além de contribuir para permanência dos visitantes por período maior. Os *gateways* são convenientes para a organização de *tours* e de fornecimento de infraestrutura. Segundo o autor, o agrupamento pode fornecer as seguintes vantagens:

- Contribuir para o planejamento de desenvolvimento integrado e aplicação de desenvolvimento, design e controle ambiental;
- Provisão eficiente de acesso a transporte e infraestrutura;
- Conveniência para os turistas de instalações e serviços próximos;
- Capacidade de desenvolvimento concentrado para apoiar variedade e instalações e serviços especializados;
- Contenção de interferências ambientais e socioculturais negativas em áreas específicas (INSKEEP, 1991).

O desenvolvimento de áreas concentradas contribui para minimizar interferências do turismo, nos aspectos socioeconômico e cultural da região turística. Com o controle da capacidade de carga, em áreas frágeis, há possibilidade de controle de uso excessivo. Segundo Robers e Hall (2001), em toda a Europa, há exemplo de desenho de grande número de visitantes rurais para privilégio de locais gerenciados onde as interferências podem ser contidas e mais bem gerenciadas visitas a locais ameaçados e vulneráveis.

Também a concentração de instalações, em áreas teste, contribui para minimizar interferências negativas, nos destinos turísticos. Exemplo relevante é a tomada de decisão como estratégia do plano de turismo para as Ilhas Maldivas, em que houve decisão em não disponibilizar as ilhas habitadas para o desenvolvimento do turismo, nos anos 80. Assim, segregação e criação de ilhas de turismo foram implementadas, para minimizar a perturbação do desenvolvimento socioeconômico. Além de reduzir custos de infraestrutura, apelo aos visitantes, comercialização do produto, qualidade, estabelecidos nas ilhas. O desenvolvimento do turismo, em espaços concentrados, contribui para a atividade turística controlada.

No Brasil e região Nordeste, o turismo se dá de forma concentrada, em muitos casos, pela falta de recursos financeiros. O estado tende a concentrar o turismo, em áreas onde há disponibilidade de infraestrutura. Capitais nordestinas são áreas com maior infraestrutura, nos nove estados. Os governos não investem em infraestrutura, em áreas marginais, pois necessidades básicas de investimento (estrada, água, eletricidade etc.) são de áreas priorizadas. O setor privado não assume a carga de investimentos que as autoridades devem fornecer. Assim, o investimento do setor privado permanece necessariamente em áreas concentradas (OPPERMANN; BREWER, 1996).

No Brasil, em especial na Região Nordeste, os investimentos em infraestrutura, em grande parte foram direcionados às capitais, polos receptores do turismo. Contudo é importante a dispersão dos turistas com a criação de novas atrações, por diversificarem o produto turístico. Além de ampliar a permanência do turista. Como tais podem oferecer oportunidade de benefícios econômicos.

Diz Otero (1998), alta dispersão de locais de acampamento, nos principais Parques Nacionais Andes da Patagônia, na Argentina, por exemplo, contribui para a degradação ambiental. A reorganização de acampamentos e áreas de uso diário,

em centros concentrados, onde serviços são oportunidade de aumento de impactos econômicos minimizaram a degradação ambiental.

Em rotas turísticas, *gateways* ou centros de turismo devem ter, estruturados, centros de informações turísticas e atividades. Na Rota das Emoções, nos municípios, pontos de informações são inexistentes (Ilha Grande), na maior parte das cidades, ineficientes (Parnaíba, Luis Correia e Cajueiro da Praia), e dispendiosos quando estruturados. Há necessidade de reconhecimento da importância de portais estratégicos. No aeroporto de Teresina, ponto de entrada da Rota, existe ponto de informações turísticas. No local, não são promovidas, nem disponibilizadas informações de cidades aos visitantes. No aeroporto, há representante do Estado do Ceará, que disponibiliza folder com informações. Investimento entregue pela rede de pontos de informação eletrônica turística pode ser posicionado, em ampla variedade de locais, incluindo aeroportos, atrações turísticas, hotéis, etc. O serviço precisa ser desenvolvido onde os visitantes estão. É preciso estudar as melhores localizações, porque, frequentemente, os pontos de informações estão em locais inadequados e nem sempre abertos no momento certo.

Os centros são tipicamente orientados para fornecimento de amplo espectro de informações, sobre área, podem também incluir informações sobre a comunidade e formas de vida que precisam ser respeitadas (MEYER, 2004, p. 10). São informações sobre destino, ajudam a atender às expectativas dos turistas e aumentam a valorização do ambiente circundante. Podem, além disso, ser usados para funcionar como ponto de mediação, entre instalações tradicionais e empresas emergentes. Centros de visitante podem se tornar lugar de reunião de visitantes na comunidade do destino.

A dispersão dos turistas para áreas marginais contribui para o desenvolvimento econômico e para a redução da pobreza de comunidades. As rotas podem oferecer oportunidades como:

- Desenvolvimento empresarial - aumento da demanda por bens e serviços para a comunidade;
- Geração de emprego e oportunidades de renda;
- Renda coletiva;
- Conservação e rejuvenescimento cultural e natural;
- Capacitação;

- Desenvolvimento de infraestrutura (MEYER, 2004).

O desenvolvimento da Rota das Emoções tem ênfase na proposta à vinculação e ao desenvolvimento das comunidades. Contudo, na maioria das cidades, as oportunidades não são identificadas.

Estruturação e implementação de rotas podem ser desenvolvidas, pelo setor público e pelo privado, para aumentar a atratividade da área e do produto turístico com o objetivo de gerar renda. Em alguns casos, a rota não tem como foco o desenvolvimento da comunidade. Contudo sua evolução amplia o foco, na medida em que combina desenvolvimento de rota bem-sucedida com ampliação de ligações com residentes (MEYER, 2004).

Também a rota pode ter como foco principal os pobres. Conhecidas como rotas Pró-Pobre, envolvem produtores pobres, empreendimentos administrados pelos pobres. Liga-se a empreendimentos tradicionais de turismo, com ligação com a indústria tradicional; produto baseado em recursos de participantes pobres dispostos a compartilhar (MEYER, 2004).

Estrutura e implementação da Rota das Emoções realizam-se pelo setor público. Desde 2004, houve alteração de foco. Apesar da mudança de diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo, os objetivos não foram atingidos.

Exemplo de rota está vinculado ao turismo de vinho ou enoturismo, forma de turismo de interesse especial (HALL, 1998) que, em particular, na Europa, tem se desenvolvido sob forma de estradas oficiais do vinho ou rotas do vinho (HALL; SHARPLES; CAMBOURNE; MACIONIS, 2000). Hall e Macionis (1998, p.) definem o enoturismo como “visitas a vinhedos, adegas, festivais de vinho e espetáculos de vinho para os quais a degustação de vinhos e / ou os atributos da região vinícola são os principais fatores motivadores para os visitantes”. A sinergia entre turismo e indústria do vinho é que ambos dependem fortemente da marca regional, em combinação ideal (FULLER, 1997; HALL; MACIONIS, 1998). A mistura de fatores ambientais, culturais e características sociais transmitem caráter distinto a cada rota do vinho, reconhecida e valorizada pelos turistas.

Apesar de tema diferenciado, o turismo, na rota de vinho, é iniciado com expectativa de geração de emprego, mesmo que passe pela questão de sazonalidade. Segundo Meyer (2004), o crescimento de uva, colheita e vinificação são altamente sazonais, até mesmo o turismo do vinho é atividade sazonal.

A temática da Rota das Emoções não é forte, não é consolidada, de certa forma subjetiva e não passa por nenhum tema específico. A atividade turística se desenvolve em períodos sazonais que compreendem o período de férias escolares, inverno no hemisfério norte e feriados prolongados, o que gera emprego sazonal.

Pesquisas específicas devem ser realizadas para identificação de quais empregos gerados e vinculados à atividade turística. O MTur, por meio do Cadastro Nacional do Turismo, identifica empregos gerados pelas informações fornecidas pelo Ministério do Trabalho; contudo são deficitárias, pois entende-se que a maioria dos empregos são informais. Informações vinculadas à estrutura de empresas (privadas, cooperativas) também devem ser coletadas, assim como a média de tempo que uma empresa leva para se estabelecer como destino (BRUWER, 2003).

As informações são importantes por considerar que as atrações mais conhecidas são as que mais atraem visitantes, todavia há de se analisar o grau de envolvimento e de dependência de empresas com a Rota das Emoções, se capazes de se autossustentarem sem a Rota; se criadas pela Rota; se os benefícios socioeconômicos e culturais se dão, em virtude da Rota das Emoções; se a proximidade com centros de turismo contribui para o estabelecimento das empresas.

O produto vendido pelos agentes que comercializam a Rota das Emoções é uniforme, sendo a visita a Jericoacoara, Delta do Parnaíba e parque dos Lençóis Maranhenses principal atrativo. Não há pesquisa que identifique o valor dos passeios não tradicionais. Qual percentual de visitantes motivados à visita a outros atrativos, ou a participarem de eventos, festivais ou entretenimento. Há de se analisar os principais motivadores das visitas. Ou pode-se dizer que a Rota das Emoções tem objetivo de comercializar o produto principal e não é uma boa oportunidade para diversificá-lo. Segundo Meyer (2004), para desenvolver rota bem-sucedida, são necessárias as seguintes estratégias:

- Rede de cooperação, pensamento regional e liderança;
- Desenvolvimento de produtos, infraestrutura e acesso;
- Participação comunitária, desenvolvimento e inovação de microempresas;
- Informação e promoção;
- Foco explícito da rota em favor dos pobres.

A principal estratégia para o desenvolvimento de rota é formar redes cooperativas, com finalidade de ofertar turismo diversificado. Para sua estruturação, implementação e manutenção, em determinada região, é necessário construir e manter colaboração entre o Estado, empresa privada, instituição pública, conselho local, associação e comunidade (MEYER, 2004).

Cooperação é fator que gera e aproveita sinergia entre envolvidos, no desenvolvimento regional (EUROPAEISCHE WEINSTRASSEN, 1999). As associações colaborativas são descritas como rede de rota, caracterizadas pela dependência de recursos controlados e ganhos a serem obtidos pelo agrupamento de recursos (HALL *et al.*, 2000). Os arranjos podem ser formais ou informais, entre proprietários de atrativos, operadores e indústria de alimento, com vínculos horizontais e verticais de rede.

No Programa de Regionalização do Turismo (2004), os cadernos temáticos apresentam passos a serem seguidos na estruturação da rede para estruturação e implementação da rota. Apesar do tempo percorrido, desde o início do projeto, não houve articulação de redes em nenhuma esfera, em nível estadual, regional ou mesmo local.

A cooperação é um elemento de estruturação da rota. Em contraposição, concorrência entre fornecedores e atrativos turísticos. Os planejadores e operadores do turismo de nível internacional têm apresentado modelos colaborativos, como capazes de ampliar os benefícios do turismo (SELIN, 1993, CROTTS; AZIZ; RASCHID, 1998). Conforme Meyer (2004), no turismo, as alianças oferecem oportunidade de comercialização do produto e, ao mesmo tempo, redução da concorrência entre fornecedores, à medida que começam a trabalhar juntos. No desenvolvimento de novos produtos, experiência e capacidade são limitadas, faltam meios e poder de *marketing*, e estruturas inovadoras, além de enfrentamento da concorrência das configurações tradicionais.

Contudo, na atividade turística da Rota das Emoções, colaboração e parceria estão longe de se tornar realidade. Não se formaram redes colaborativas, a atividade turística é caracterizada pela infinidade de negócios de pequena escala com práticas e objetivos operacionais altamente diversos, comuns e frequentemente concorrentes.

A articulação, entre esferas municipal, estadual e nacional é mínima e desarticulada. Não há sistema de nível de autoridade partilhada para o

desenvolvimento do turismo. Não está clara a responsabilidade de áreas importantes como infraestrutura. O SEBRAE atua como órgão articulador, para fomento ao empreendedorismo, além de orientar e promover o destino de mercados nacional e internacional. Afirma interlocutor do Sebrae:

O SEBRAE, é representado na Câmara Temática da Rota das Emoções no conselho Estadual. ... em Parnaíba, o SEBRAE faz parte do CONTUR, que é o Conselho Municipal de Turismo, ... em outros municípios a gente já não faz parte, a gente apoia na questão da consolidação, na questão da criação desses conselhos municipais para ajudar também na governança do desenvolvimento do turismo na região.[...] Então a ideia é justamente ver em que situação se encontra os Conselhos dos quatro municípios pra gente poder contribuir e fazer com que eles realmente tenham efeito pra que eles foram criados no caso, aí cada um tem uma realidade e nós estamos tentando contribuir na revitalização desses Conselhos (Interlocutor E).

Contudo não cabem ao SEBRAE ações de desenvolvimento e estruturação dos municípios da Rota das Emoções. O papel é da Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS), consórcio formado pelos estados do Piauí, Ceará e Maranhão, criado em 2006. O consórcio desenvolve ações integradas, planejamento e estrutura da Rota das Emoções. As atividades eram mantidas pelos recursos dos três Estados, por meio de rateio de despesas, desativado em 2009 com a saída do Estado do Maranhão. Desde 2013, fazem-se reuniões, tendo em vista sua reativação, sem avanço, por não haver consenso quanto à questão da presidência e cidade sede. Questões relacionadas ao poder e a divergências entre autoridades das esferas estaduais e municipais sobressaem ao bem comum.

Redes de colaboração, em rotas, estabeleceram-se por causa do número de indivíduos-chave que atuam como força motriz e líderes (MEYER, 2004). Exemplos de indivíduos essenciais ao desenvolvimento da ideia e do sucesso da rota, pequeno número de cientistas e especialistas em turismo que contribuem para conservação, *marketing* e herança africana da Rota da *Open África*¹⁵.

Os indivíduos-chave não fogem à regra de redes colaborativas. São indivíduos à frente do SEBRAE, empresários, e representantes de secretarias municipais de turismo, que atuam em determinado período da estruturação e

¹⁵ Redes como no caso da Open Africa, permitem que pessoas com interesses comuns compartilhem ideias e soluções para resolver problemas comuns. Entre os resultados está a ligação da África ao Centro de *Afrikatourism* com a Universidade de Pretória. As redes beneficiam particularmente as comunidades com acesso limitado a informações, produtos e serviços turísticos atualizados., localizadas em áreas remotas e desfavorecidas.

implementação da Rota das Emoções, porém a substituição de representantes, em virtude da questão política, contribui para a descontinuidade dos trabalhos.

Quando se fala de cooperação e parceria, são escassas as ações conjuntas entre órgãos das três esferas e associações de turismo regional e local. As ações vinculam-se à participação em Fóruns, Câmaras e Conselhos intermunicipais do Polo Costa do Delta, região turística estadual, da qual fazem parte os municípios de Parnaíba, Luís Correia, Cajueiro da Praia, Ilha Grande, Buriti dos Lopes e Bom Princípio. O que se tem na Rota das Emoções, é sobreposição de instâncias de governança. A duplicidade de ações sobrecarrega os agentes privados e públicos designados ou participantes livres das reuniões. A falta de objetivos específicos que levem a ações concretas, produz desencontros políticos, além da perda de tempo útil dos envolvidos, em reuniões.

Dos quatro municípios do Piauí, somente Parnaíba possui Conselho de Turismo Municipal, mas desativado; e o município de Ilha Grande mantém o Conselho Municipal em funcionamento. Dois municípios não possuem conselho municipal. Como instâncias de governança, têm se estabelecido para atender a Legislação e manter o município apto a receber recursos federais. Não têm atuação em projetos e em programas que beneficiem a atividade turística dos municípios.

O desenvolvimento regional, por vezes, está no centro das redes de rotas colaborativas. Moss (1998) argumenta que a colaboração e a coordenação das comunidades de determinadas regiões são capazes de gerar sinergia e aproveitamento dos recursos humanos, naturais e econômicos, no contexto dos objetivos comuns do turismo, no entanto, o potencial aparente é raramente aproveitado.

Para a *Consulting and Audit Canada* (CAC) (1995), a regionalidade do turismo contribui para seu desenvolvimento com condições compatíveis com o meio ambiente, além de:

- Contribuir para o alívio das tensões políticas existentes;
- Ampliar as vantagens competitivas regionais por meio da unidade;
- Ampliar a demanda por meio da diversificação do produto;
- Estabelecer ou ampliar o fluxo de bens e de serviços, bem como sistemas de informação;
- Contribuir para o controle de qualidade pela padronização.

As rotas turísticas do Programa de Regionalização do Turismo, no Brasil, foram criadas como estratégia de desenvolvimento regional, no entanto, na Rota das Emoções, sua criação não foi capaz de evitar a desarmonia causada pela competição entre os três Estados e 14 municípios. Entre os elementos principais do Programa de Regionalização do Turismo, está proteção de interesses culturais e de recursos ambientais para competir com regiões do país pelas receitas de atividade turística.

Estados e municípios, contudo, não trabalham juntos no planejamento e implementação de calendários culturais, itinerários de circuitos regionais, campanha de *marketing*, e na identificação e tratamento de questões relacionadas ao turismo. A falta de colaboração regional reduz a capacidade política e econômica para lidar com forças externas públicas e privadas.

São insipientes as ações de planejamento da Rota das Emoções vinculadas ao turismo comunitário como meio de desenvolvimento. Segundo o diagnóstico do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções (2014, p. 45), o

Envolvimento da comunidade local é um fator essencial para que uma rota turística alcance o sucesso. Contudo, se observa uma baixa valorização da identidade cultural das comunidades, o que não favorece seu envolvimento no crescimento turístico da Rota e reduz sua capacidade de obter fontes de receita mais diversificadas.

A Rota das Emoções é exemplo de que falta de organização colaborativa tem sido obstáculo ao desenvolvimento integrado e coordenado do turismo. As organizações envolvidas no turismo têm pouca ou nenhuma sinergia. A falta de clareza, em relação aos papéis e responsabilidades leva à duplicação de planos de desenvolvimento e à falta de integração. Sem colaboração, fica difícil para os responsáveis pelas instituições saber a quem recorrer para formatação da proposta de desenvolvimento, única ou integrada. Isso se dá na escala estadual e, no caso do Piauí, municipal, pela falta de autoridade coordenadora global para processo de aplicação de planejamento. Como consequência, as comunidades são incapazes de se organizarem de tal maneira que não possam ser contatadas e comunicadas. No desenvolvimento da pesquisa, afirmações se confirmam nas falas dos entrevistados representantes de instituições públicas e privadas de turismo:

o turismo é desenvolvido por uma minoria. A maior parte dos empresários vieram de fora. (Interlocutor A).

a atuação não é colaborativa, existe muita rivalidade. Entre os empresários e entre os municípios. (Interlocutor B).

o governo do estado não ajuda em nada. Absolutamente nada. O governo federal nunca aparece, o contato que temos é quando enviamos algum relatório com informações. Quem mais orienta aqui é o SEBRAE. (Interlocutor C).

não existe relação entre a política formulada e o que é posto em prática... não é o mesmo local... Não conhecem a nossa realidade. (Interlocutor D).

Enquanto os governos dos estados não assumem a reponsabilidade pelo desenvolvimento do turismo, na Rota das Emoções, sente-se a incapacidade das intuições públicas de fazê-lo. Sobre falta de autoridade, compreensão e capacidade de desenvolver o turismo, foram críticas comuns. Afirma-se que “a secretaria de turismo deve valorizar mais o turismo; dar mais apoio aos empresários”.

Liderança, no desenvolvimento de rotas, é essencial, se não vier do setor público, muitas vezes, o setor privado preenche o espaço (MEYER, 2004). Como exemplo, o trabalho da história de rotas dos vinhos de *Stellenbosch*, na África do Sul, que ilustra que as rotas servem às estruturas brancas existentes e são predominantemente utilizadas como pontos de venda para indústrias estabelecidas. As rotas são sucesso, mas alcançaram pouco em termos de desenvolvimento para a comunidade.

Entre os elementos de estruturação da rota, estão desenvolvimento de produtos inovadores, infraestrutura e acesso (MEYER, 2004). A estruturação e implementação são estratégias de dispersão no turismo. Tornaram-se exemplos exitosos, vinculados à atividade turística, com aumento no período de férias, os meios de transporte, busca de experiências culturais, viagens de curta duração de um dia.

Os planejadores têm dispensado maior atenção ao desenvolvimento do turismo regional temático e a estratégias de dispersão. O desenvolvimento das rotas foi iniciado em diversos níveis. Muitas com foco cultural ou paisagístico, desenvolvidas como parte de estratégias de desenvolvimento rural de governos locais (INSKEEP, 1995).

Exemplo é a Irlanda do Norte, que dá grande ênfase à estruturação de rotas, com objetivo de atrair pessoas para a área, prolongar a estadia dos visitantes e fazê-los voltar mais vezes. Rota de turismo, integração de atração turística muito diversificada e dispersa, é a abordagem adotada pelo Conselho de Turismo da Irlanda do Norte. O objetivo é dispersar o turismo em áreas marginais, e criar saída de vendas adicionais dos produtos.

Os fatores de produção da Rota das Emoções têm como base atrativos naturais e culturais, com sua diversidade de recursos naturais, principais atrativos materializados em paisagens originais, diversidade biológica e presença de espécies endêmicas. Os principais atrativos se localizam no Parque Nacional de Jericoacoara, Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses e Área de Proteção Ambiental do Delta do Parnaíba. Identificam-se, contudo, interferências que podem degradar o ambiente, e afetar o turismo: fiscalização inadequada das áreas naturais; inexistência ou insuficiente saneamento ambiental; passeios inadequados; falta de infraestrutura; falta de compromisso dos empresários com o meio ambiente.

As rotas estabelecem sistema de orientação para viajantes, embora muitas sejam também visitadas pelas excursões organizadas. As mesmas são usadas para transmitir a imagem unificada da região, em termos de tema. Isso geralmente significa que não só a rota em si é temática, mas tudo o que é fornecido como parte, como alojamento, alimentação, serviço, compra, que remetem ao tema. Muito disso é, naturalmente, inventado, produzido e orquestrado puramente para atrair visitantes. Tal estratégia contribui para o aumento de vendas com imagem unificada da área (MEYER, 2004).

O caminho de Santiago de Compostela é bom exemplo de fusão entre realidade e fantasia. O que motiva público amplo a participar na exploração da rota, e, assim, gerar benefícios para cidades e aldeias. Embora as rotas tenham se multiplicado, isso, muitas vezes, não se reflete no aumento da variedade e desenvolvimento de temas. Na Alemanha (FREYER, 1994), embora existam na maioria, rotas de veículos, 34% são de paisagem; 46%, históricas e 17% rotas culinárias, e temas semelhantes.

Para se desenvolver uma rota, é essencial estar familiarizado com o segmento que se quer atingir, possuir dados sobre o comportamento e preferências dos visitantes. Há extrema diversidade de gostos e de preferências sobre a estrutura das rotas (MEYER, 2004), ou seja, o que poderia funcionar bem, na França, pode

não funcionar para escandinavos. Na África, patrimônio turístico, passeios que seriam extremamente atraentes para visitantes europeus, podem não ser atraentes para visitantes domésticos sul-africanos.

Pesquisas sobre comportamento e preferências dos visitantes são escassas. As nacionais identificam que a maior parte do setor de mercado interno e externo procura por destinos costeiros. Contudo as principais queixas dos turistas estrangeiros foram falta de capacidade de interagir com a cultura tradicional e herança cultural. Para vincular a produtos culturais disponíveis e fornecer produto melhor a turistas, o Plano de Desenvolvimento Estratégico Sustentável da Rota das Emoções inclui a necessidade de estratégia de *marketing* de destino focada no potencial da Rota das Emoções e no Ecoturismo. Nas falas dos representantes das instituições públicas e privadas, identifica-se que os principais segmentos.

Temos vários segmentos, mas os que mais se destacam são o de sol o mar e ecoturismo. (Interlocutor A).

[...] turismo de praia, ecoturismo e turismo de aventura. (Interlocutor B).

Tem desenvolvido bastante os segmentos da gastronomia, turismo de aventura, turismo cultural. (Interlocutor C).

[...] turismo de sol e mar, cultural e ecoturismo. (Interlocutor D).

É exigência de potencial de inclusão de comunidades e pessoas desfavorecidas, a fim de obter benefícios significativos pelo envolvimento no produto turístico proposto. É critério o produto atender às necessidades de inexplorado mercado de fontes turísticas, ou seja, importante ativo do ecoturismo, turismo comunitário, patrimônio cultural, crescimento da receita do turismo, em vez de apenas entrar em mercados existentes.

Diz-se principal atrativo da estratégia de desenvolvimento do turismo, na Rota das Emoções, a união de grande variedade de atrativos históricos, locais e rurais, que podem funcionar como catalisador para a abertura de participação de comunidades desfavorecidas, áreas de desenvolvimento de produtos turísticos adicionais.

Exemplo de rota é o Programa de turismo baseado na comunidade da *HandMade*, na América do Norte, na região da Carolina do Norte, em *Appalachian*. O Programa tem base na indústria de artesanato de comunidades regionais unidas pela rede rodoviária. As estradas foram mapeadas em guia de trilha de herança de

artesanato e leva a estúdios de artesanato, em cada cidade, longe de sítios considerados sagrados ou privados pela comunidade.

Dessa forma, os turistas abastecem a economia pela venda de artesanato e compra de serviços, de forma relativamente dirigida. Estudo de impacto econômico e social indica que produção e venda de artesanato são parte importante da economia tradicional da região e os produtores artesanais desfrutam de qualidade de vida além do medido.

De particular importância, no estudo, foram as estatísticas de necessidade de venda e *marketing*. Produtores de artesanato declaram desejo de gastar menos tempo viajando a feiras e shows, para expor e vender produtos e passar mais tempo em estúdios. O desenvolvimento de trilhas e manuais guiados pelo patrimônio artesanal têm sido eficazes em atrair turistas para as comunidades e estúdios de artesanato e galerias, bem como lojas, restaurantes e alojamentos (MEYER, 2004).

A concentração de visitantes, na Rota das Emoções, se dá em locais onde estão os principais atrativos. A comunidade tem que se deslocar até os principais atrativos, ou são alijadas do processo. Não foi realizado inventário turístico de nenhuma das cidades pertencentes. Não há mapeamento de pontos de artesanato, principalmente, não há conexão rodoviária entre as cidades, o que se confirma na fala dos representantes de instituições públicas:

Como se encontram as regiões turísticas do Piauí em relação aos outros atrativos da Rota [...]. O Piauí precisa melhorar e melhorar muito, mas temos belezas exuberantes, mas temos praias lindas. Mas ele ainda precisa investimento em infraestrutura, investir mais na gestão. (Interlocutor A).

Elas se beneficiam, mas de forma bem tímida, com a renda [...] se beneficiam da questão da gastronomia, porque elas vendem. Ela se beneficiam na questão do artesanato, elas beneficiam a questão da hospedagem, ela se beneficiam muito na questão econômica. Porque gera renda, gera emprego. E isso é muito bom porque a principal ou é coisa que o turismo tem a oferecer é isso. O principal foco do turismo é a geração de empregos. Viagens, e visitas que o turista vem fazer, aos locais visitados. (Interlocutor A).

O Delta está muito atrás em relação a Jericoacoara [...] a em relação aos Lençóis Maranhenses. É como se o Delta estivesse sido levado pelos outros dois Estados, [...] que ainda não possui uma identidade própria. O turista ele não vem visitar o Delta do Parnaíba. O turista ele comprou pacote, o Delta do Parnaíba vem junto. Diferente de Jericoacoara, diferente dos Lençóis Maranhenses [...]. O Delta ainda precisa consolidar como um destino escolhido e não como destino apenas de passagem. (Interlocutor B).

As comunidades estão inseridas na Rota, mas algumas não se sentem pertencentes a ela [...] algum dos municípios não se sentem integrados foi benéfica foi positiva ... economicamente. E a forma de ver esse benefício foi por meio do retorno financeiro. É um muitos estavam desempregados em e conseguiram alguma forma de trabalho. [...] por conta da inserção desse município na Rota. (Interlocutor B).

O Delta encontra-se geograficamente no meio do caminho e também em é uma passagem. Tendo como principais pontos, os lençóis e Jericoacoara. E o delta é um [...] passeio a mais, que nem sempre é realizado. O [...] turista às vezes preferem é ir para os Lençóis, para Jericoacoara e o Delta às vezes é uma passagem. (Interlocutor C).

As comunidades estão inseridas na Rota das Emoções ela se beneficiam da venda de artesanato, gastronomia. Mas as comunidades poderiam do ser mais beneficiados [...] com o turismo ecológico, menos predatório. Se fizesse esse serviço e tivesse essa vivência maior, para o turista. (Interlocutor C).

Faz-se necessária a avaliação minuciosa das características regionais, principais atrativos e pontos de venda, ou seja, para o desenvolvimento, é preciso ter claro o que se pretende retratar. Reconhecer o atraente contribui para o desenvolvimento de negócio sustentável, a longo prazo. Para ter, clara, a “visão” para Minzberg (1990, 1995) e Ritchie e Brent (1994), é crucial que todas as partes interessadas discutam e desenvolvam a visão de para onde a região está se dirigindo, para desenvolver produto que satisfaça todas as partes interessadas, baseado na demanda e se criem vínculos.

A falta de capacidade das autoridades locais e regionais tem sido um dos maiores obstáculos ao desenvolvimento do turismo, na região, em particular, para autoridades nacionais, estaduais, regionais e locais. Os órgãos não discutem, não têm visão clara de aonde querem chegar. As principais questões são falta de recursos financeiros e incapacidade de delegar responsabilidades; conceitos pouco familiares de ordenamento do território e formulação de estratégias regionais de planos de desenvolvimento; falta de clareza do papel desempenhado pelos representantes institucionais do turismo, nas esferas federal, estadual e municipal.

Existem algumas iniciativas de capacitação por parte do Sebrae, que é o principal articulador da Rota das Emoções. Contudo não há estratégias de investimento em cluster e iniciativas de capacitação para preparar as comunidades alijadas. (Interlocutor E).

Disponibilidade de infraestrutura é aspecto fundamental do desenvolvimento das rotas. Significa que a estrada básica ou rede de trilhas precisam ter padrão que

atraia e satisfaça potenciais visitantes. A rota geralmente passa pelas estradas secundárias que oferecem ritmo de deslocamento descontraído. A rede rodoviária é composta de rotas cênicas, o que aumenta o apelo turístico, e faz o turista escolhê-lo, em oposição a rodovias rápidas. Viajar ao longo de rotas é importante produto. A rota precisa ser escolhida e projetada na paisagem atraente. O valor cênico é importante para turistas (MEYER, 2004). Para qualquer rota, a infraestrutura é crucial. Isso inclui infraestrutura básica, sinalização, área de descanso e saneamento.

Na Rota da Emoções, a sinalização é precária. Existe apenas sinalização das rodovias estaduais e municipais. Parece falta de iniciativa de quem fornece instalações, percebidas como incapazes de fornecer retornos econômicos. Para Meyer (2004), a instalação relativamente simples de banheiro, área de refresco e descanso, juntamente com serviços básicos de compras e reabastecimento de estação rodoviária extremamente bem-sucedidas em rodovias em todo o mundo.

Em rota longa, o visitante precisa de instalações de alojamento. O ideal é que se localizem em cidade polo para minimizar custos de desenvolvimento de infraestrutura. Para atrair turista é necessário alojamento padrão. Torna-se dispendioso e difícil estabelecer centro de alojamento, em comunidades marginais e pobres, dada a falta de infraestrutura, instalações e padrões exigidos, é, no entanto, possível vincular comunidades pelos centros tradicionais (MEYER, 2004).

Na Rota das Emoções, as instalações de alojamento estão, na maioria, em Parnaíba. Segundo Silva (2013, p. 118), “O litoral do Piauí constitui uma unidade territorial funcional, na qual a cidade de Parnaíba desempenha o papel de centro de apoio principal para a realização das atividades sociais, econômicas e de serviços de toda essa região”.

Ao criar infraestrutura do turismo, questão fundamental é se o investimento compete com o investimento básico para a população. As comunidades não têm infraestrutura básica (água, saneamento, comunicação, eletricidade, estrada) e falta de orçamento financeiro significa que a infraestrutura não é incluída em planos de desenvolvimento integrados ou de alta prioridade. O que pode ser feito é desenvolvimento de plano, com infraestrutura, em benefício das comunidades e turismo.

Acesso à rota é requisito importante. Além de atrativos turísticos, a comunidade precisa de acesso ao mundo exterior. Quanto melhor servida pela rede

de transporte, mais competitiva à posição da comunidade no sistema turístico. Entre os obstáculos ao crescimento do turismo regional, acesso ao transporte: custo de passagem aérea; ligação de transporte público para destino específico e a distância. A localização da rota e posição, em relação às principais áreas geradoras de fluxo, determinam a clientela a ser atraída, fator levado em conta no planejamento da rota.

Quando a rota não cobre a distância da viagem de um dia das principais áreas geradoras de fluxo, devem-se fornecer atrações que envolvam os visitantes, por período longo, além de centro de hospedagem para turistas (MEYER, 2004). É possível fazer todo o percurso em, no mínimo, quatro dias. O Piauí está no centro da Rota tendo, ao norte, o Estado do Maranhão e, ao sul, o Ceará. De certa forma, posição privilegiada, pois, para percorrer toda a Rota, é necessário passar pelo Estado do Piauí.

Turismo deve ter a participação da comunidade no desenvolvimento. A comunidade deve ser ouvida, na tomada de decisão sobre escala e tipo de desenvolvimento que se quer para a região. Sua participação e capacitação são estratégias de abordagem que tem como meta repartição justa dos benefícios do turismo.

Participação incorpora: a) participação da comunidade na tomada de decisões, sobre o tipo e escala do desenvolvimento; b) participação nos benefícios. Mesmo tendo a comunidade como participante, no desenvolvimento do turismo integrado, há necessidade de coordenação entre grupos envolvidos no turismo de rota para solução de problemas vinculados a ideias concorrentes, identificação de possíveis impactos positivos, benefícios econômicos, bem como impactos negativos, exploração cultural, social e ambiental.

A participação da comunidade na estruturação e implementação da Rota das Emoções é ínfima, poucos agentes se envolveram na estrutura de conselhos, que não tiveram continuidade, ou não apresentaram ações representativas. Quanto à comunidade, cabe-lhe interpretação do patrimônio e desenvolvimento do produto de rotas culturais. É oferecido potencial de criar experiência única e autêntica, levada pelos envolvidos e, portanto, com chance substancial de ter sucesso (MEYER, 2004). O exemplo da trilha de herança de Uganda¹⁶ mostra forte ênfase na participação da comunidade, na interpretação do patrimônio e na propriedade.

¹⁶ O projeto evoluiu de turismo de base comunitária, com um foco sobre os benefícios sociais e econômicos de um produto turismo baseado na trilha para as comunidades locais. Centrou-se sobre

Mesmo com participação de comunidades locais, na estruturação do plano de gestão integrada do turismo, há necessidade de coordenação de grupos envolvidos, por surgirem problemas de concorrência entre grupos. Além de identificar impactos decorrentes da atividade. Assim, devem-se concentrar esforços no envolvimento da população na capacitação e educação pública, ações necessárias para tomada de decisões informadas (MEYER, 2004).

No Programa de Regionalização do Turismo, estabeleceram-se etapas do processo para estruturação da Rota das Emoções. Lutas de poder ocorrem em todos os níveis de tomada de decisão. Muitas etapas não tiveram a participação efetiva da comunidade, assim, sensibilização aos impactos positivos e negativos é mínima. O turismo é apregoado como panaceia de problemas regionais. As comunidades não deixam de lado lutas pelo poder, para beneficiar interessados.

A atividade turística é dependente da hospitalidade de anfitriões, assim a participação da comunidade, no desenvolvimento de produtos e na tomada de decisões, é essencial (MEYER, 2004), e se dá em escalas, desde repasse de informações, consulta e poder de decisões. No Brasil, a ressalva é quanto à participação das comunidades marginalizadas e pobres, com justificativa da falta de conhecimento técnico, o que inviabiliza a atuação da comunidade. Contudo, para comunidades excluídas de esferas de participação, avanços podem ser repasse de informações e consultas. Na prática, significa estabelecer diálogo com comunidades marginalizadas, informar sobre benefícios e prejuízos do desenvolvimento do turismo e buscar opiniões.

O desenvolvimento do empreendedorismo é necessário ao turismo. Assim a abertura de novas empresas é necessária. São obstáculos identificados:

- Pouca compreensão do turismo;
- Falta de recursos financeiros;
- Infraestrutura precária ou inexistente;

a importância e o potencial da revitalização cultural. No Reino de Buganda, como em outros lugares em Uganda, grande parte da rica herança cultural do Uganda caiu em desuso durante a guerra civil dos presidentes Amin e Obote. A Fundação Kabaka e ACT identificou o turismo como uma ferramenta para revitalizar locais culturais e de reduzir a pobreza entre as comunidades marginalizadas que são os guardiões tradicionais da herança. O projeto centrou-se na criação de instituições da comunidade, não apenas apoiando empreendedores individuais, associações comunitárias eram vistas como os guardiões da cultura, os desenvolvedores do recurso turístico e os agentes para benefício da comunidade. Este é mais de acordo com uma abordagem de desenvolvimento em áreas rurais do que uma abordagem típica empresa de pequeno porte. (HOLANDA; BURIAN; DIXEY, 2003).

- Poder de marketing;
- Barreiras de entrada devido a estruturas estabelecidas;
- Falta de liderança forte para desenvolver acordos de colaboração;
- Tipo de produto viável a ser desenvolvido (MEYER, 2004).

Criar vínculos, em muitos casos, é iniciativa de agências externas, de ordem pública e privada. Alcance de sustentabilidade financeira dos empreendimentos empresariais é um dos principais fatores de análise. Em algumas regiões, há necessidade de investimento em infraestrutura básica e em instalações de área rural marginal, em comparação a áreas turísticas estabelecidas.

Estudos têm demonstrado que o planejamento do turismo deve ser definido dentro de quadro de colaboração que inclui grupos comunitários. Ao mesmo tempo, dificuldades e obstáculos são frequentemente destacados, em particular, no mundo em desenvolvimento.

Segundo Meyer (2004), por exemplo, verifica que, mesmo com as melhores práticas de facilitação, longo período de desconfiança, medo, antagonismo e desinteresse, entrincheirados por anos de negligência e privação, criam barreiras para alcançar participação significativa nas comunidades.

Segundo Richards e Hall (2000), a desconfiança, entre frações, é endêmica, vez que, qualquer atividade econômica potencial é para representar benefício potencial de setor da comunidade marginalizando simultaneamente outro. Como consequência, mesmo as proativas são catalisador de atrito, culminando em disputas tribais, luta de poder, inveja ou percebida como desafio tradicional (BUTLER; HINCH, 1996).

O repasse de informações sobre a rota é exigência crucial para atrair a demanda. Estudo de rede de rota, em Dunedin, Nova Zelândia, descobre, por exemplo, que, enquanto havia cerca de 100 diferentes caminhadas e passeios de bicicleta, ao redor da cidade, os moradores pouco conheciam. Informações sobre rotas não foram divulgadas, nem rotas ligadas, de alguma maneira coerente.

O planejamento de caminhada e ciclismo, em trilha, é negligenciado, ou seja, os visitantes precisam de transporte motorizado para chegar ao início da trilha, muitas vezes, desafiando propósito de uso do transporte alternativo e mobilidade - e deixar o carro em casa por, pelo menos, um dia (MEYER, 2004). Práticas promocionais bem-sucedidas, práticas de *marketing* gerais são ferramentas que

efetivamente garantem ou criam demanda turística estável e não sobrecarregam o fornecimento de recursos. A responsabilidade pela promoção varia de região para região. Além do tipo de *marketing* de nicho, pode oferecer maior controle sobre o mercado turístico na elaboração desejável.

Promoção responsável refere-se à representação precisa e verdadeira do produto turístico, na realidade. Promoção não responsável pode ser prejudicial ao turista e à comunidade. Expectativas turísticas são, em grande parte, moldadas pelas promoções do mercado e imagens que, quando não cumpridas, podem levar à decepção por parte do turista e para a comunidade de acolhimento. Talvez os mais recentes meios de publicidade de rota¹⁷ sejam pela Internet, no entanto, com efeitos colaterais, por exemplo, Arte *Huichol*¹⁸. Promoções na Internet têm a vantagem de ampla exposição internacional a baixo custo. Ao mesmo tempo, no entanto, nem todos têm acesso à internet e as promoções podem ser limitadas. Além disso, para comunidade sem acesso técnico e apoio, promover site nela baseado exige ajuda externa.

5.2 O MUNICÍPIO DE CAJUEIRO DA PRAIA E AS TRILHAS DO PEIXE BOI E DO CAVALO MARINHO

O município de Cajueiro da Praia/PI, a 70 km de Parnaíba, é município âncora, na distribuição turística e de infraestrutura de serviço ao visitante da Rota das Emoções, tem a população estimada em 7.608 habitantes e área territorial de 271 km² (IBGE, 2018). Em 2016, salário mensal de 1.7 salários mínimos. Em relação à população, proporção de pessoas ocupadas é de 10.0%, em relação a domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, 59.3% da população nessas condições. Assim, o município ocupa posição 22 de 224 entre cidades do estado e na posição 59 de 5.570, entre cidades do Brasil (IBGE, 2018).

¹⁷ Open da África.

¹⁸ As comunidades de Huichol desenvolveram suas artes tradicionais em um empreendimento voltado para turistas e do público em geral. Embora o turismo de pequena escala para as comunidades forneceu algumas receitas, benefícios vêm principalmente por meio de vendas de arte. Os huichóis expressaram a necessidade de ajuda na comercialização de suas obras de arte para um público mais amplo, e o governo mexicano respondeu ao patrocinar exposições de arte. Mais recentemente, o povo Huichol tem tomado uma abordagem empreendedora para comercializar trabalhos artísticos pelo site chamado "*The Center of the Rose*." Enquanto as vendas de arte estão em um ponto mais alto, há preocupação de que a crescente popularidade desta cultura pode atrair um número insustentáveis de turistas, para os quais o Huichol ainda não está preparado.

Cajueiro da Praia tem, na orla, quatro povoados: Barrinha, Barra Grande, Morro Branco e Cajueiro. No contexto ambiental, o período chuvoso compreende os meses de julho a dezembro. As praias sofrem grande incidência de vento, que atinge máximas nos meses de agosto a outubro, o que favorece a prática de esporte como *kitesurf* e *windsurf* (DUTRA; PEREIRA, 2019). No contexto econômico, a região apresenta estrutura precária, assentada na atividade agrária de subsistência e de baixa produtividade.

Nesse cenário, despontam poucos núcleos urbanos, com incipiente atividade terciária. A atividade turística apresenta excepcional potencial na região, e se mostra muito pouco aproveitada, em decorrência de precária infraestrutura de acesso, de serviço e de planejamento. A região possui conhecidos atrativos ecológicos, próprios do turismo contemplativo, de lazer e esportivo. A atividade do artesanato, vinculada à forte expressão cultural da região, tem também enorme potencial. A região exige tratamento de turismo diferenciado, em virtude de forte identidade cultural, de peculiaridades e de grande fragilidade ambiental constatada no território (PUTRICK; CURY, 2016).

Segundo o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBIO), o lugar possui atributos bióticos e abióticos importantes, o ecossistema marinho favorece o habitat natural de cavalos-marinhos, pertencentes ao gênero *Hippocampus* (família *Syngnathidae*) e o peixe-boi-marinho (*Trichechus manatus*). Assim, os recursos turísticos naturais, aliados às necessidades de proteção ambiental, são elementos da natureza com determinada atração.

Em função de grandes concentrações urbanas, as áreas apresentam considerável aumento de visitação, motivado pela necessidade de o homem estar em contato com áreas naturais (CURY; PUTRICK, 2016). Para tanto, estruturou-se, no município, Base do Projeto Peixe Boi Marinho e Trilha do Cavalo Marinho.

Base do Projeto Peixe-Boi Marinho da APA Delta do Paranaíba e Trilha Ecológica do Cavalo Marinho são excelentes laboratórios de estudo, situadas em áreas ambientalmente frágeis. A interdisciplinaridade, entre alinhamento do ecoturismo e educação ambiental, é alternativa de desenvolvimento, valorização de áreas naturais e de conservação.

A interdisciplinaridade vem sendo objeto de aplicabilidade de políticas públicas nacionais, com alvo na valorização de áreas naturais e de conservação. Beni (2000, p. 59) afirma que “[...] as áreas de conservação ambiental no Brasil, são

verdadeiros polos potenciais de Turismo, devendo merecer maior atenção por parte dos governantes em divulgar e promover o Turismo Nacional e Internacional”.

O turismo pode ser fator de motivação de exploração sustentável dos recursos naturais tendo-os como matéria-prima da atividade econômica. Assim, a fragilidade de ambientes naturais deixa de ser fator limitante para o desenvolvimento da atividade turística, mas destaca-se como base do ecoturismo que dá à região destaque, no cenário nacional e internacional. Para Santos (2019, p. 141):

O ecoturismo configura para uma especialização no atendimento de clientelas específicas, desejosas por alternativas de lazer próximas ao ambiente natural. Em outras palavras, o ecoturismo é a atividade que supõe integração de prática econômica com o uso sustentável do patrimônio natural.

O aprimoramento de visitas monitoradas e Centros de Visitantes deve basear-se no desenvolvimento do modelo inovador de comunicação pública da ciência, baseado no ecoturismo, na Base do Projeto Peixe-boi Marinho e Trilha do Cavalo Marinho. Tendo em conta a afirmação, a diferença, entre espaços naturais, dificulta, em função dos recursos encontrados em cada Unidade de Conservação (UC)¹⁹, mas não impede o estabelecimento de regras comportamentais ao visitante que chega até os espaços.

No Brasil, quem regulamenta a visita às UCs é o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC) tendo, entre os objetivos: “favorecer condições e promover a educação e interpretação ambiental, a recreação em contato com a natureza e o turismo ecológico” (SNUC, 1999, p. 3).

As atividades de turismo motivadas, em áreas naturais, pela proximidade do Parque Nacional²⁰, atraem milhares de visitantes. São áreas de atrações turísticas muito importantes para países ou estados, e empresas do setor privado, e setor público operam nesses parques (PUTRICK; CURY, 2016). Deve-se buscar melhoria na qualidade de atendimento ao visitante, seja em serviços, como em equipamentos

¹⁹ Espaço territorial e seus recursos ambientais, incluindo as águas jurisdicionais, com características naturais relevantes, legalmente instituídos pelo Poder Público, com objetivos de conservação e limites definidos, sob regime especial de administração, ao qual se aplicam garantias adequadas de proteção (COMISSÃO DO MEIO AMBIENTE, 1999, p. 3).

²⁰ (...) A comissão de Meio Ambiente (1999) considera os parques nacionais a principal categoria de áreas protegidas em seus alicerces funcionais de preservação, educação e lazer, tem o turismo como uma forma de sustentação econômica na atualidade com foco para o futuro de um turismo sustentável”

oferecidos, associados à proteção dos espaços naturais. A filosofia da Interpretação ambiental clássica provém de Tildem (1967), que apresenta seis princípios:

- Focalizar o sentido do visitante, estabelecer a conscientização do turista quanto a determinadas características do ambiente;
- Revelar sentidos com base, na informação, é uma forma diferenciada de informar;
- Utilizar artes visuais e de animação, seja em material apresentado, seja arquitetônico, científico ou histórico;
- Instruir, provocar, estimular a curiosidade do visitante, encorajar a explorar, profundamente o que está sendo interpretado;
- Apresentar toda a história completa, em vez de parte desta;
- Considerar as necessidades especiais do público.

A conservação tem significado ao utilizar recursos naturais de forma racional, sem causar danos ao meio ambiente, garantindo espaços às futuras gerações. Apoiadas nesse pensamento, surgem discussões sobre ecodesenvolvimento e desenvolvimento sustentável (CURY; PUTRICK, 2016).

A trilha do peixe-boi faz parte do Projeto Marinho do Centro Mamíferos Aquáticos/IBAMA e Fundação Mamíferos Aquáticos. A base marítima do projeto possui torre de observação de 7,5 m de altura, no mar, a 1500 metros da praia, utilizada na monitoração da população, aberta à visitação turística. É a única base de observação de peixes-boi em ambiente natural do país. A torre está localizada na praia de Itam, estuário da Foz do Rio Timonha, na divisa com o Ceará.

A Trilha do Cavalo Marinho, roteiro comercializado pela Associação de Condutores de Turismo de Barra Grande, Barra Tur, organizada pela população, consiste em passeio de quase 3 km, pelo rio Camurupim e igarapés, percorrida em aproximadamente 3 horas. Dependendo da amplitude da maré, o passeio pode ser feito de canoa ou a pé.

Observou-se a necessidade de formação de elo entre órgãos públicos e comunidade, em que permeiam não somente atitudes de questões ambientais, mas também ações e iniciativas futuras, no que se refere à educação ambiental (CURY; PUTRICK, 2016). A proposição é a realização de oficinas que podem contribuir como ferramenta para formar elo de participação na estruturação dos atrativos,

muito além de procura de preservação de espécies do peixe-boi e do cavalo marinho, atividade que proporciona maior aproximação da comunidade do desenvolvimento turístico. Pois para Santos (2019, p. 160):

Alguns agentes envolvidos na atividade demandam da apropriação de conceitos que embasem a gestão de atividades do ecoturismo no que se refere às características operacionais peculiares que lhe são inerentes. É necessário que as empresas tenham uma equipe de profissionais preparados, bem como desenvolvem estratégias de negócios apropriadas, alinhadas a filosofia do negócio e os objetivos às necessidades de preservação, à satisfação de expectativas de aprendizagem dos ecoturistas, além de promover a integração cultural com a comunidade local. O ecoturismo tem possibilidade valiosa de oferecer uma experiência educativa aos turistas; assim, o modelo de gestão adotado exige atividades criativas, responsabilidade no aproveitamento dos recursos e respeito à cultura da comunidade.

Atividades desenvolvidas em trilhas do peixe-boi e do cavalo-marinho, servem como instrumento eficiente para estabelecimento de nova perspectiva de relação entre o homem e a natureza, como alternativa viável e sustentável de desenvolvimento da atividade turística e de conservação, no município de Cajueiro da Praia, no litoral do Piauí, e possível melhoria da qualidade de vida das populações.

O ambiente natural é o elemento essencial ao desenvolvimento econômico e, em especial, turístico. Recursos ambientais, extremamente frágeis e explorações intensivas os alteram irreversivelmente. Contudo é preciso reconsiderar a necessidade de utilização para o turismo, atividade indispensável ao desenvolvimento socioeconômico de localidade como município de Cajueiro da Praia.

5.3 O MUNICÍPIO DE PARNAÍBA E A PRAIA PEDRA DO SAL

Do ponto de vista territorial, o turismo é grande produtor e consumidor de espaços. Para Mariani e Moura (2012), o turismo cria e transforma áreas, em atendimento das necessidades. Assim como cria imagens e representações sociais e culturais, condicionando utilização e se apropriando do espaço. Segundo os autores, “Ao se valorizarem as potencialidades endógenas, o turismo configura-se como importante vetor de desenvolvimento com base local uma vez que reforça e valoriza aspectos da identidade local” (MARIANI; MOURA, 2012, p. 117).

Com a homogeneização dos espaços pela globalização, o turismo contribui para a degradação de importantes recursos culturais, naturais e históricos, matéria-prima da atividade turística. Compreende-se que o planejamento de base é ferramenta para o turismo desenvolver-se sem depredar o ambiente. A associação conduz a melhoria das condições de vida das populações autóctones. Além de incorporar-se ao planejamento territorial e às políticas públicas.

Segundo Mariani e Moura (2012, p. 117):

Qualquer estudo ou análise do turismo também deve considerar a capacidade que esta atividade tem de criar, transformar e principalmente dar valor a espaços que, porventura, não apresentam estimativas no contexto econômico e de produção, promovendo a valorização de espaços naturais. Todas as relações sociais, econômicas e culturais explicam a dinâmica e o constante processo de transformação destes espaços, sendo possível compreender o papel do turismo na (re) organização dos espaços geográficos e considerar as diferenças entre estes elementos, utilizando a Geografia como meio científico de análise destes processos.

No Piauí, não há grande quantidade e qualidade de atrativos, o que torna o Estado fraco no número de turistas. Parnaíba, segundo maior município do Estado, encontra-se no extremo norte, no Nordeste do Brasil. Segundo o IBGE (2018), Parnaíba tem a população estimada em 152.653 habitantes, com densidade demográfica de 334,51 hab./km². Parte da população vive com até um salário mínimo (33.041 hab.), e 52.050 pessoas não têm emprego formal. A atividade econômica está centrada no setor primário, seguida de perto pelos serviços. São 21.729 matrículas no ensino fundamental e 6.475 no ensino médio. Apenas 29% dos adolescentes e jovens que concluem o ensino fundamental se matriculam no ensino médio.

Quanto aos aspectos ambientais, Parnaíba apresenta praia, manguezal, duna, lagoa. A Praia da Pedra do Sal compreende 8 km de litoral (Figura 21).

FIGURA 21 – PRAIA DA PEDRA DO SAL



FONTE: A autora (2017).

A atividade turística, na região, recebe atenção especial, não com intuito de captar número maior de visitantes, ou proporcionar melhor oferta. Mas despertar atitude cidadã e ética por parte da população parnaibana e principalmente de instituições públicas, estadual e municipal, no que se refere à utilização dos recursos ambientais existentes.

A Praia da Pedra do Sal, única do município, na Ilha Grande de Santa Isabel, a 15 km do centro da cidade. Visitantes e turistas são de lazer e da categoria de sol e praia do estado e da região Polo Costa do Delta. As agências oferecem-lhes passeio; em alguns, o turista desembarca para ver o pôr do sol. A praia tem como público principal a população local. A rodovia PI-116, que dá acesso, é asfaltada, não tem acostamento, há uma quantidade grande de animais que circulam na pista e sinalização insuficiente.

Assim como em quase todo o Nordeste, as praias apresentam terrenos sedimentares elevados, formando falésias, em cenário de elevação do nível do mar, com proteção de dissipação de parte da energia das ondas. A região praiana precisa ser tratada com cuidado, pois é frequentemente afetada com variações climáticas e apresenta características instáveis (PREFEITURA MUNICIPAL DE PARNAÍBA, 2016). Dessa forma, recomenda-se não construir na área. Contudo 30 empreendimentos (bares e restaurantes) estão instalados na orla da Praia Pedra do Sal. A estrutura não tem planejamento adequado e sofre constante processo de

assoreamento, invasão da água, pois as barracas não estão no limite adequado (100 m) de faixa de areia. Figura 22: situação de bares.

FIGURA 22 – BARES DA PRAIA PEDRA DO SAL



FONTE: A autora (2017).

A praia é dividida por blocos rochosos, lado manso e bravo. O primeiro utilizado para banho, onde ficam barcos de pesca da comunidade pesqueira e, o segundo utilizado para prática de esportes náuticos e surf. É um espaço de beleza cênica que sofre com ações de vândalos (FIGURA 23).

FIGURA 23 – BLOCOS ROCHOSOS PRAIA PEDRA DO SAL



FONTE: A autora (2017).

O turismo tem papel importante no reordenamento de territórios quando se considera o processo de transformação e suas relações. Para melhor entendimento Cruz (2002, p. 17) apresenta reflexões, informando que:

A paisagem é o elemento central da construção social das práticas turísticas e o resultado de um arranjo espacial de sistemas de objetos (naturais e sociais). Além disso, informa que nenhuma outra atividade consome espaço como o turismo. Entretanto faz-se necessário considerar que o processo de transformação de um determinado espaço em território turístico requer uma readequação desse espaço à sua nova função: o turismo.

A praia foi citada no Guia Quatro Rodas, Brasil 2009. Contudo a infraestrutura disponibilizada para o turista e visitante não é adequada. Assim como os serviços prestados.

As instituições, estadual e municipal, têm propostas de adequação da orla para melhorar a urbanização e infraestrutura básica e turística, com projeto aprovado e apresentado pelo representante da SETUR/PI do Governo Estadual, em 2009. Contudo, no ano de 2016, Projeto da Construção da Orla Marítima da Praia da Pedra do Sal foi apresentado pela Superintendência Municipal de Turismo.

Segundo **Interlocutor F**, representante da Superintendência Municipal de Turismo da gestão 2013 - 2016:

Por se tratar de uma orla onde já existe a construção de empreendimentos, o que implica dizer que já existe um impacto ambiental na área, e principalmente que as novas instalações serão construídas atreladas com um sistema de tratamento de efluentes aprovado pelo município e demais órgãos responsáveis, onde estas instalações não são consideradas construções pesadas, como por exemplo, prédio de andares, é necessário que se respeite uma faixa mínima de 100 metros a partir da primeira linha de vegetação natural estável, essa é a medida considerável aceitável, porém pode ser negociada com o órgão local da Secretaria do Patrimônio da União e demais órgãos interessados para que as construções atendam as exigências federais porém que se enquadrem nas características do município. (Interlocutor F).

A falta de estrutura e organização é atribuída à comunidade, que não permite que órgãos governamentais adequem infraestrutura para melhor atender ao turista e ao visitante. Na análise da situação, concordamos com Mariani e Moura (2012, p 123):

Os territórios se formam em determinado espaço onde se realizam as relações de poder. Estas relações são limitadas especialmente, tanto no sentido da dominação, quanto da resistência do dominado. Desta forma, o

território implica a existência de fronteira. O conceito de território esta intimamente ligado à noção de limite ou fronteira.

A noção de limite existe no território, mesmo que não seja traçado. Assim o território pode ser usado para restringir ou conter, assim como excluir (SACKS *apud* SILVA, 2002).

A Praia Pedra do Sal permanece em espaço onde inúmeros atores atuam e interferem: Governo Estadual, Municipal e Comunidade. Contudo verifica-se que os projetos não saem do papel. Justificativa porque o projeto da Orla da Praia Pedra do Sal não foi adiante, no ano de 2017:

Superintendente Municipal de Turismo de Parnaíba, relatou não ter recebido não recebeu dado da pesquisa ou do projeto da Orla da Praia Pedra do Sal. Não recebemos nada nenhum computador, nenhuma agulha da gestão anterior (Interlocutor A).

A descontinuidade do trabalho por parte do poder público contribui para o abandono da região da Praia da Pedra do Sal, a qual encontra-se em grau avançado de "favelização", o que tem afastado turistas e visitantes. É evidente a poluição de diversas formas, construções irregulares, falta de saneamento, calçamento impróprio, uso de barracas de comercialização como moradia, entre pontos que precisam ser revistos. Por se tratar de local frágil, é necessário que a atenção seja contínua e que a comunidade seja envolvida e conscientizada sobre problemas ambientais, sociais e econômicos.

Compreende-se território como espaço definido e delimitado pelas relações de poder. Considera-se apropriado aplicar conceitos de territorialidade na Praia Pedra do Sal. Segundo Mariani e Moura (2012, p. 124):

[...] territorialidade é um fenômeno de comportamento associado à organização do espaço em esferas de influência ou um território nitidamente diferenciado, considerados distintos e exclusivos, ao menos parcialmente, por seus ocupantes ou pelos que os definem. Também pode ser entendida como base de poder de determinado grupo sobre determinada área, uma estratégia para afetar, influenciar, ou controlar recursos e pessoas por controle de área.

Avaliando a responsabilidade de atuação do poder público, na gestão da Praia Pedra do Sal, verifica-se que as visões são diferenciadas. Para gestores do Governo Estadual, a estruturação da Orla da Praia é um investimento e

possibilidade de atender a apelos populistas, pois organizaram o principal atrativo turístico do município de Parnaíba. Para a comunidade, o Governo Estadual deve priorizar questão como finalização da obra de pavimentação da rodovia que leva até a comunidade, que se estende desde 2016. A obra de revitalização da Ponte Simplicio Dias, que dá acesso à comunidade, está inacabada. A ampliação da segurança pública, pois problemas de furto, roubo, uso de drogas, prostituição são recorrentes na área. O saneamento básico é inexistente, assim como abastecimento de água potável.

Desta forma, parafraseando Silva (2002) e Mariani e Mora (2012), territorialidade pode atuar como ferramenta de influência sobre coisas e pessoas por e pelo controle da área, e está ligada às relações de poder para com o que e quem é afetado, controlado e influenciado no espaço geográfico.

Quanto aos representantes de instituições públicas municipais, estruturar a Orla da praia é a principal obra para a comunidade. Com a adequação do espaço, problemas de geração de emprego e renda vão melhorar a qualidade de vida da população. Contudo, pela presente pesquisa, identifica-se que questões quanto à coleta de lixo, iluminação pública, saúde, transporte público, entre outras questões, são projetos que deveriam ter prioridade na comunidade.

Coriolano & Mello (2005, p.137) afirma que a posse, a identidade e as relações travadas transformam lugares em territórios. Lugares e regiões querem ser conhecidos pelos recursos ativos, construídos pela organização política, sócio-territorial, e formas diferenciadas de gestão do desenvolvimento local e regional, que envolvam e integrem diferentes setores e atuam em contextos abrangentes e competitivos. Assim para Mariani e Moura (2012, p. 125):

Enquanto a territorialidade (definida por relações de poder, pelo controle e também pela apropriação simbólica e afetiva de uma área geográfica por indivíduos e grupos) é identificada pelas práticas sociais, o território é a manifestação geográfica dessa territorialidade.

A comunidade de Praia Pedra do Sal se mantém resistente às investidas dos órgãos institucionais, projetos privados, que tentam excluí-los de seu espaço. Apropriação e resistência acabam por gerar certo grau de abandono da comunidade que tem organização social frágil e são diversos os conflitos dentro das próprias

associações de moradores e pescadores da área. A população tem sua parcela de contribuição, no que tange à questão de interferência negativa, no ambiente natural.

Os empreendimentos da orla da Praia da Pedra do Sal não têm saneamento básico, o que pode comprometer o lençol freático, além da poluição da praia e doenças provenientes da falta de tratamento dos efluentes. Ponto crítico é a falta de água encanada, o que dificulta a higienização dos alimentos, além de contribuir para a incidência de doenças para quem consome produtos comercializados. Por se tratar de praia, o lixo torna-se problema constante, pois turistas e autóctones utilizam a área e deixam os resíduos (Figura 24).

FIGURA 24 – EMPREENDIMENTO PRAIA PEDRA DO SAL



FONTE: A autora (2017).

Isso implica dizer que a atenção, nesses locais, deve ser constante e incisiva. É necessário conscientizar ambientalmente toda a comunidade da Pedra do Sal, não apenas barraqueiros, pois os danos ambientais afetarão todos os envolvidos. Os proprietários dos atuais empreendimentos da orla da Pedra do Sal tiram de lá a renda familiar, assim como alguns residem nos empreendimentos. Segundo Lima (2016):

Esse problema tem como agravante a construção das barracas, pois não foi feito nenhum tipo de estudo com relação ao avanço da maré, questões de saneamento, tipo de material utilizado, dentre outros, dessa forma todas as pessoas envolvidas estão correndo riscos, afinal a única opção é se submeter á essas condições. Além dos problemas citados, não é incomum relatos sobre tráfico de drogas e violência física e verbal na área das barracas e no entorno, aumentando o grau de risco social dos envolvidos com a atividade comercial no local (PREFEITURA MUNICIPAL DE PARNAÍBA, 2016, p. 7).

A Praia da Pedra do Sal, para os moradores, representa a identidade local e, por isso, é importante que sua gestão seja feita de forma participativa, para que a comunidade possa interagir e influenciar nas decisões tomadas, pois são as pessoas diretamente afetadas pela alteração da orla. A praia, em muitos casos, é a fonte de renda das famílias que vivem da pesca, do turismo.

Assim, a análise de territorialidades existentes da Praia Pedra do Sal requer análise histórica até dias atuais, assim poderemos auxiliar no processo de gestão. O território turístico da Praia Pedra do Sal apresenta elementos que determinam conflitos existentes, ligados à manutenção do poder.

5.4 O MUNICÍPIO DE ILHA GRANDE E O DELTA DO PARNAÍBA

Ilha Grande tem população estimada em 9.394 habitantes. Em relação a trabalho e rendimento, o salário médio mensal é de 1.5 salário mínimo. 5,7% da população tem emprego formal, e 53,1% da população, rendimentos mensais de meio salário mínimo por pessoa, no domicílio. 91,2% das receitas do município são de fontes externas. A taxa de natalidade infantil comparada a cidades do Brasil é de 3900 de 5570 (IBGE, 2018).

O município é o portão de entrada do Delta do Parnaíba. O número de turistas tem aumentado em visita ao Delta, resultado de *marketing* da Rota das Emoções que tem, no Delta do Parnaíba, um dos principais atrativos, composto pelo um mosaico de ecossistemas preservados, mesclado por estuários, floresta de manguezais, costões rochosos, praias, diversidade de fauna. Entre os atrativos, visita às Dunas do Morro Branco, passeios de chalana e de lancha pelo Delta, durante os quais, há a observação de fauna e flora, cata de caranguejo e banho. Conforme PDITS (2012, p. 87), o Morro Branco, um dos pontos de parada do passeio do Delta do Parnaíba:

Não conta com infraestrutura de visitação, todavia, em função da fragilidade do mesmo e por constituir um local de contemplação compondo roteiros de visitação às praias e locais do litoral, não se recomenda a instalação de equipamentos receptivos.

A visita ao Delta do Parnaíba pode ser realizada por diversos tipos de embarcações que comportam diferente número de turistas e tem velocidade

diferenciada. Saídas se dão, na maioria, do Porto dos Tatus, em Ilha Grande. Entre tipos de embarcações, barcos grandes com capacidade para até 65 passageiros (Pax); chalanas (10 Pax); lanchas rápidas (8 Pax).

Embarcações de atividade de turismo na Capitania dos Portos: 05 barcos grandes e 15 embarcações de médio e pequeno porte (lanchas e chalanas) (PDITS, 2012). A realidade, contudo, é diferente, há um número maior de embarcações de passeios. Não passam por qualquer tipo de inspeção, sem equipamentos de segurança, os tripulantes não são habilitados, sem documentos da embarcação. Assim, qualquer indivíduo com interesse e identifique o passeio como forma de trabalho realiza passeios. A situação tem que ser ajustada. Para Ribas e Hickenbick (2012, p. 147):

O condutor é preferencialmente um integrante do entorno ou do lugar onde atua, um “nativo”, apresentando conhecimentos vivenciais do meio biológico e cultural do que interpreta, o que o difere dos demais sujeitos do “mercado” turístico. Muitos condutores ambientais são “mateiros”, extrativistas, pescadores ou ex-caçadores. Ao ser um membro da comunidade e um retrato da cultura local, o condutor em si também pode ser visto como um atrativo turístico, promotor de um intercâmbio cultural. Programas de turismo de base comunitária podem vislumbrar nos condutores locais perspectivas de sua concretização –idealizada, mas ainda pouco concebida.

Os piloteiros de embarcações de passeios do Delta do Parnaíba não têm formação de condutor ou guia de turismo. Acolhimento do turista e repasse de informações são feitos de forma amadora. Aspecto positivo é que muitos trabalhadores são nativos da região e contam histórias do cotidiano e têm conhecimento da região, da fauna e flora, por outro lado, o turista fica à mercê da boa vontade de profissionais, pois não há delimitação de tempo, nem espaço a ser percorrido, durante o passeio. Assim, a visita se torna realmente aventura que pode ou não desencadear emoções positivas e negativas.

No passeio, o turista avista ilhas, praia, lagoa e duna. As paradas se dão conforme o passeio contratado e o tipo de embarcação. O público é composto pelos visitantes e turistas de lazer e ecoturistas, que viajam em grupos familiares, excursões ou individualmente. Segundo PDITS (2012, p. 77):

Dentre os aspectos negativos, cita-se a utilização de embarcações de grande porte por alguns operadores locais. A velocidade reduzida torna a visita cansativa e uma parcela não desprezível dos turistas decepção-se com o passeio. Além disso, o tamanho das embarcações impede a aproximação às margens e visita a alguns locais, como nos mangues

onde há a demonstração da chamada “cata” do caranguejo. Quando há paradas e desembarque dos turistas ao longo do percurso, são causados danos ambientais.

Visitas em barcos de grande porte, com 65 turistas e tripulação, caracterizam-se como atividade de lazer, envolvem música, alimentação, dança e parada para banho. Não são desenvolvidas atividades de educação ambiental, pois o ruído do motor é alto, além de vozes do grande grupo de passageiros e altura da música. O tamanho da embarcação não permite aproximação de embarcações das margens. Existe opção de passeio em lancha que comporta de 6 a 10 pessoas. O tamanho da embarcação possibilita a navegação com menor ruído do motor. Além da circulação, em canais menores, o que possibilita ao público a visualização da fauna e da flora, às margens.

A visita gera danos ambientais, pelo óleo do motor que provém das embarcações não fiscalizadas, poluição sonora, há erosão, nas margens dos canais, em virtude de ondas provocadas pelas embarcações, lixo produzido pelos turistas nas paradas. Não há sistema de coleta, afastamento e/ou tratamento de esgoto e sanitário de bares, restaurantes e residências no canal do Porto dos Tatus, local de embarque para o Delta do Parnaíba. A situação, associada a fatores, gera processo de eutrofização das águas.

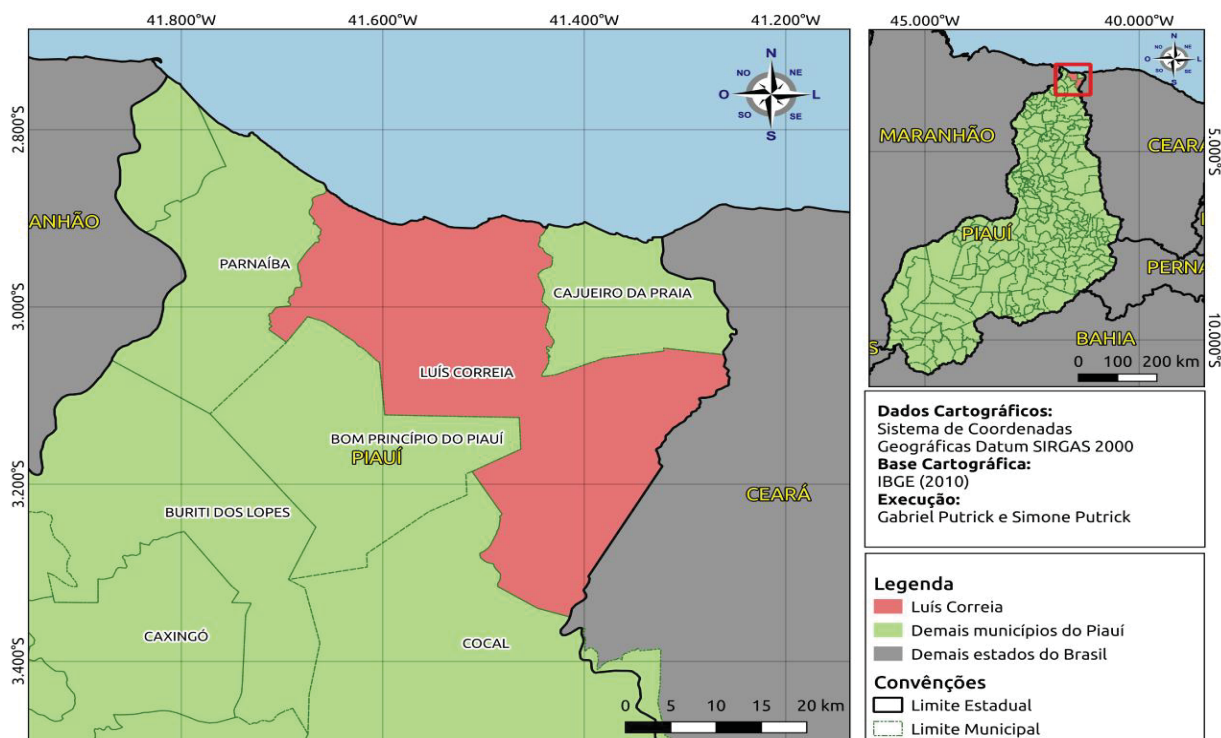
A análise da atividade turística, o principal atrativo turístico do Estado do Piauí, na Rota das Emoções, destaca o interesse pelas localidades de potencial paisagístico e cultural, ao contato com a natureza. Nesse contexto, considera-se que a degradação dos recursos naturais, o processo de segregação social e espacial da população autóctone são o resultado da inexistência de ações públicas racionais no setor. O Estado não consegue desenvolver papel de fiscalizador, normalizador, planejador da expansão do turismo e das atividades por meio do Projeto Rota das Emoções.

5.5 O MUNICÍPIO DE LUÍS CORREIA E OS EVENTOS RELIGIOSOS

Luís Correia tem população estimada em 30.177 habitantes, distribuídos em 1.071 km² de território (MAPA 4), a maioria se concentra na área rural, apresenta aglomerações de características claramente rurais (IBGE, 2018).

A taxa de escolarização (pessoa de 6 a 14 anos) é de 95.4, em 2010. Isso posiciona o município na posição 207 de 224, entre as cidades, e, na posição 4.893 de 5.570. O número de matrículas do ensino fundamental é de 4.735 e do ensino médio, de 1.352. Luís Correia compreende 19 km dos 66 km de litoral do Piauí, localizado entre os municípios de Parnaíba e Cajueiro da Praia, e dos quatro municípios estudados é o que possui maior extensão territorial (Figura 25).

FIGURA 25 – MAPA MUNICÍPIO DE LUÍS CORREIA – PIAUÍ



FONTE: PUTRICK, G.; PUTRICK, S. (2017).

Luis Correia tem, como segmento principal, turismo de sol e mar. Entretanto o turismo de negócios ou de lazer, caracterizado pelos eventos religiosos populares, são atrativos da região. Os eventos podem ser realizados em qualquer época do ano. Segundo Braga e Murad (2008, p. 14), turismo de negócios é um conceito que pode ser compreendido como:

O conjunto de atividades de visitação praticado em um lugar diferente do de residência habitual de pessoas que viajam com finalidades de realizar negócios, cumprir tarefas profissionais, participar de eventos de caráter comercial ou simplesmente, estabelecer contatos que possam promover futuros negócios, ligados aos diversos setores da economia.

Divide-se o turismo em dois setores: turismo de lazer e turismo de negócios, mesmo tendo eles bastante em comum: Para Davidson (1994) *apud* Rogers e Martins (2011, p. 12):

[...] o turismo de negócios, em particular, pode ter um componente de lazer considerável. As viagens de incentivo, por exemplo, podem consistir unicamente de lazer, esporte e entretenimento. Mas mesmo para representantes, visitantes de feiras de comércio e pessoas que viajam sozinhas a negócios, excursões rumo a restaurantes e locais para diversão, ou mesmo passeios turísticos, são formas de relaxar depois de um dia de trabalho. Socializar nesses momentos pode ser uma parte importante da experiência de turismo de negócios em grupo, já que dá aso participantes uma oportunidade de relaxarem juntos e de se conhecerem melhor em uma atmosfera mais informal.

Os eventos acontecem o ano todo. Questões de abrangência, público e tipologias, bem como ferramentas de *marketing* são decisões do organizador do evento. Podem ser pioneiros, em determinada modalidade, únicos, fixos e/ou tradicionais, na cidade ou região. Podem se tornar produtos turísticos e movimentar a economia local.

Têm valor social: reunião de indivíduos, de realidades e valores distintos, no mesmo ambiente, ao mesmo tempo, que compartilham a mesma experiência, mesmo de forma diferente. Além de movimentar e atrair pessoas, ser atividade anual ininterrupta, levam “à geração e manutenção de empregos fixos, em oposição aos empregos sazonais e temporários” (ROGERS; MARTIN, 2011, p. 14). Além de gerar renda, podem representar:

A memória viva de uma cidade. São agentes formadores de um novo *ethos* social. Eventos de sucesso criam novos tipos de relações entre as pessoas, novos jargões linguísticos, palavras de ordem, fomentam paixões, desenvolvem hábitos e costumes e definem novos estilos de ser e de viver (REIS, 2007, p. 53).

Eventos de cunho religiosos têm o intuito de fortalecer laços entre a população autóctone e comunidade vizinha. A Festa de Nossa Senhora da Conceição é exemplo de evento religioso. Segundo Steil e Carneiro (2008, p. 1):

Os estudos mais recentes que investigam as interfaces entre religião e turismo no mundo contemporâneo têm enfatizado as diferenças entre os tipos sociais característicos desses “deslocamentos espaciais” (turista, peregrino, viajante), considerando-os como diferentes modalidades de vivenciar as experiências veiculadas no âmbito de um evento ou localidade. Argumentando a favor desse enfoque, que valoriza a pluralidade das

experiências e narrativas que se entrelaçam, fazendo dos contextos turístico-religiosos situações irremediavelmente plurais, buscamos problematizar a construção ou a "invenção" de determinados caminhos ou rotas de peregrinação no Brasil.

Assim como atividades econômicas, a prática do turismo religioso interfere no espaço e região. A influência se dá no espaço físico e social, no patrimônio material e imaterial. Assim, para Bussons *et al.* (2005, p. 4):

Ao visar o risco de que mesmo com a preservação do patrimônio material ocorra a perda da identidade cultural. Isso pode acontecer devido à falta de entrosamento entre a população e a cultura. As manifestações podem ser vistas como encenações teatrais objetivando apenas a atração dos turistas, e perdendo a sua verdadeira essência. (BUSSONS *et al.* 2005, p.4).

Encontram-se alternativas para, em eventos religiosos, não ocorrer descaracterização, e, ao mesmo tempo, ser como atrativo turístico, de forma a beneficiar as comunidades. Estimular o engajamento de distintos atores sociais, envolvidos na organização dos eventos religiosos, é uma alternativa. Para Steil e Carneiro (2008, p. 5):

Numa visão apressada, poderíamos dizer que para alguns idealizadores, agentes profissionais de turismo e administradores locais, envolvidos na criação e implantação dos "caminhos" analisados, trata-se fundamentalmente de transformar os eventos religiosos em eventos turísticos e vice-versa, havendo sempre uma tendência de "sacralização" do profano, ou melhor, de formular uma versão religiosa para um fenômeno que poderia ser visto apenas como turístico, ou vice-versa, de formular uma versão turística para um fenômeno religioso. Ou ainda, que seria uma tendência que é impulsionada também pela crise que afeta a economia e a reprodução social dos pequenos e médios municípios no país, que passam a ver no turismo rural, ecológico e religioso uma saída para a crise. No entanto, a questão é muito mais complexa do que pode parecer à primeira vista.

São inúmeros estados e municípios que, a exemplo mundial, são reconhecidos pelas devoções. Além de Festas religiosas, rotas com cunho religioso, têm se tornado atrativos turísticos. Entre rotas religiosas mais importantes, no mundo, está o Caminho de Santiago de Compostela; no Brasil, rotas: Caminho do Sol (São Paulo), Caminho das Missões (Rio Grande do Sul), Caminho Passos de Anchieta (Espírito Santo), Caminho da Luz (Minas Gerais). Para Putrick *et al.* (2017, p. 6):

Há uma preocupação de muitos autores ao falar de turismo religioso ao citarem as questões do profano e do sagrado se referindo como sagrado às imagens e os templos (igrejas) e o profano caracterizando-se dentre outras coisas nas festas sociais que se realizam após as missas. Sendo que não existe possibilidade de separá-los. Não existe Festa religiosa tendo, como representação do sagrado a imagem dos santos, sem a presença também do profano. É próprio do ser humano a necessidade de alimentar tanto a alma, quanto o corpo.

Para Oliveira (2005, p. 326), “um santuário religioso não deixa de ser sagrado porque se tornou turístico, por incluir uma série de elementos profanos que estão longe de qualquer vinculação turística direta (comercio, poder, serviços, etc.)”. Os elementos profanos dão suporte ao turismo religioso. Serviços e comércio caracterizam qualquer tipo de atividade que não turística.

Assim, as motivações que levam os turistas a participar de eventos religiosos, além da prática religiosa/espiritual, estão os resultados econômicos. Unir espiritualidade e economia pode ser a base para a sustentabilidade dos eventos religiosos como atrativo para o município de Luis Correia.

Para Putrick *et al.* (2017, p. 8):

A motivação seja ela pelo lazer ou pela realização espiritual religiosa tem movimentado milhões de pessoas aos lugares mais inusitados, pessoas que percorrem horas, dias, em condições muitas vezes precárias de transporte. Tudo para chegar aos lugares ditos sagrados. As tradições e a história de um povo podem estar caracterizadas em seus eventos religiosos, quando estes também se tornam patrimônio imaterial de uma cidade ou região.

A Festa de Nossa Senhora da Conceição é um evento voltado à religião e à fé, fixo, realizado há mais de um século, e se mantém até hoje e contribui para a manutenção da tradição religiosa da comunidade.

São participantes turistas e visitantes da cidade, municípios vizinhos. A motivação é variada: para os mais jovens, opções de lazer, e para adultos e idosos, momento de devoção e penitência. Segundo Putrick *et al.* (2017, p. 10):

A Festa de Nossa Senhora da Conceição segue a tendência de secularização, focalizando a Festa como um espetáculo, no momento em que muitas são as pessoas que participam dessa para desfrutar de seu lado profano e social, enquanto há pessoas que a veem como uma experiência religiosa tradicional importante, um momento de veneração, devoção e fé.

O evento movimenta economicamente o setor hospedagem, gastronomia e de artesanato. Assim, identifica-se que experiências religiosas progridem

paralelamente às atividades práticas. Então, são produzidas formas de rituais de peregrinação, turismo religioso. Nesta pesquisa, buscou-se compreender de que forma evento religioso pode fazer parte de calendário turístico do município de Luís Correia, mantendo o caráter de tradição católica religiosa e se tornar atrativo turístico.

É necessário aprofundamento em estudos futuros, mas eventos, como a Festa de Nossa Senhora da Conceição, podem atender as necessidades dos peregrinos²¹ e devotos e atender os interesses econômicos, políticos e ecológicos de mediadores, na Rota das Emoções.

²¹ “Com a peregrinação a Santiago a expressão “peregrino” tomou um sentido mais preciso... Peregrino, por antonomasia, é aquele que vai a Santiago. São Palmeiros os que vão a Terra Santa, Romeiros os que vão a Roma ” (ARZOBISPADO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA, 2002, *apud*, SANTOS e FAGLIARY, 2003, p. 40)

6 CONCLUSÃO

Pelos estudos e pesquisas realizadas para a produção da tese, pode-se afirmar que o litoral do Nordeste ganha conotação estratégica de desenvolvimento regional e passa a objeto de intervenções do poder público, a partir dos anos 1980, com valorização de zonas de praia e veiculação de imagens positivas do Nordeste brasileiro, aliadas à possibilidade de exploração turística de paisagens litorâneas. A partir de então, o espaço litorâneo é reestruturado, transformado em mercadoria para consumo, em justificativa de modificações socioespaciais que promovem a ocupação da zona costeira como espaço turístico.

A regionalização do turismo e a criação da Rota das Emoções partem da ideia de que a rota turística, ao extrapolar dos limites municipais e estaduais, leva os estados a desenvolverem políticas de turismo, promove a regionalização e fortalece unidade de planejamento. A Rota das Emoções é um roteiro turístico comercializado na Região Turística do Meio-Norte, desde os anos 1990, reunindo estados do Ceará, Piauí e Maranhão, com atrativos de elevado valor turístico do Nordeste: Praia de Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses, além de rico patrimônio natural e cultural de destinos. Os municípios da área de estudo fazem parte de vários programas federais, com objetivos como a capacitação dos atores locais, melhoria da gestão, planejamento estratégico, fortalecimento da governança e a inter-relação dos destinos nas regiões onde se inserem.

Dessa forma, a implantação da Rota das Emoções se insere na dinâmica temporal e espacial de micropolítica econômica do País, na realidade socioeconômica da Região Nordeste, espaço onde predominam interesses políticos, empresariais, sociais de diversos grupos.

Do histórico resgatado, reúnem-se as partes que formam o roteiro integrado, com o objetivo de analisar o Nordeste turístico e propor a Rota das Emoções como política integrada de turismo no Nordeste, reconhecendo agentes do processo de regionalização e compreensão do papel desempenhado na Rota das Emoções, com investigação de perspectivas futuras do roteiro integrado.

A realidade das políticas públicas dos Estados do Ceará, Piauí e Maranhão é de que as políticas mantêm as ações e estratégias adotadas, desde a década de 1990 sem inovações no desenvolvimento econômico. O papel do Estado é indispensável, na condição de patrocinador do crescimento econômico, e justificado

frente à vinculação com o desenvolvimento econômico. A gestão pública é lenta e inoperante. Faltam investimentos em infraestrutura econômica e social para dinamização da Rota.

O Polo Turístico Delta do Parnaíba, não se desenvolve de forma regionalizada. Dentro da categorização dos municípios, as categorias são de B a D, os municípios de Cajueiro da praia, Ilha Grande e Luís Correia são apenas geradores de fluxo e fornecem força de trabalho ou insumos para atender os turistas. As adequações nas instituições do estado e dos municípios, tem a intenção de servir como fonte geradora de informações à obtenção de repasse de recursos do Governo Federal. Resultado da falta de comprometimento do governo federal em estruturar programas de turismo contínuos, estruturados conforme a realidade regional, local, com engajamento da equipe do MTUR.

O discurso do turismo, agente dinamizador de economias locais e regionais, com possibilidade de minimização de problemas socioeconômicos, não se torna realidade nos estados da Rota. Atividades turísticas, instrumento de desenvolvimento socioeconômico regional, com captação de recursos federais e financiamento externo, aplicados principalmente em obras de infraestrutura, etapa que antecede a atividade turística, em destinos, realizam-se posteriormente, o que denota desordenamento do plano.

Políticas públicas estaduais de turismo do Ceará, Piauí e Maranhão, que deveriam enfatizar a dimensão econômica da atividade turística e a estratégia de alocação de investimento em infraestrutura, se ancoram na expectativa da atração de investimento privado, e criação de condições mínimas de inserção dos estados do Ceará, Piauí e Maranhão, nos mercados turístico nacional e internacional. Melhorias em infraestrutura e entrada de divisas para ajudar no crescimento da região, geração de novos postos de trabalho e atração de investimentos, ficam em projetos.

A política pública de turismo estadual não está diretamente vinculada a de municípios que fazem parte da Rota das Emoções, nem integradas a municípios dos demais estados do roteiro integrado. Existem ações independentes, elaboradas e executadas por cada um dos estados, para fortalecimento do turismo nos respectivos municípios, com inclusão dos que compõem a Rota. Como consequência, em determinados casos, políticas públicas de caráter local, eventualmente, ajudam a fortalecer o turismo regional, sem preocupação dos

governos estaduais em realizar prévia articulação com demais estados, ao elaborá-las ou implementá-las. Em outros casos, políticas desencontradas, pontuais, desconexas e descompassadas, em comparação ao discurso e prática, com ações que se sobrepõem ou não estão direcionadas ao alcance de objetivos comuns, consideradas, porém, insuficientes.

Não atende a contento o processo de regionalização do turismo, na área da Rota das Emoções, uma vez que não são visíveis os esforços para a integração das ações interestaduais. Não se verifica cooperação intersetorial nem articulação político-institucional de gestão de políticas públicas da Rota. Mudança de relacionamento, proposta entre poder público e sociedade civil, no Programa de Regionalização, não acontece. As esferas envolvidas no processo de regionalização continuam distantes e sem vínculo. Na prática, a ampliação das ações dos municípios, no que se refere ao planejamento regional, integrado e compartilhado, atendendo às orientações da Organização Mundial do Turismo (OMT) e do Ministério do Turismo, não se concretiza.

Dez anos após a criação oficial do roteiro integrado, pelo Ministério do Turismo, as ações continuam centradas em estados e municípios. A Rota das Emoções resume-se à marca, em fase de projeto, com promessa de integração. Utiliza-se do nome de roteiro, com forte apelo ao esforço de promoção e marketing. O discurso de integração regionalista é ressaltado na potencialização da venda de pacotes turísticos, em municípios da Rota das Emoções, mas, como planejamento regional e articulação de políticas públicas, a regionalização da Rota das Emoções se dá de forma insipiente. O significado de regionalização na Rota das Emoções é reduzido, perdendo-se a oportunidade de utilização efetiva da região como instrumento de planejamento governamental e gestão pública dos territórios. O cenário se agrava com insucesso de articulações para retomada da Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS), suspensas as ações previstas para o roteiro integrado e paralisada a gestão interestadual da Rota das Emoções.

A extensa dimensão territorial e as questões políticas afetam a Rota das Emoções de forma negativa, a articulação, a identidade e a coesão interna da Rota, condições imprescindíveis para configuração de espaço turisticamente homogêneo e competitivo. Pontos críticos precisam melhorar e exigem rápida resposta da gestão pública estadual, especialmente no que diz respeito à retomada da articulação político-institucional, com reativação do órgão de gestão central do roteiro, e

integração de ações de fortalecimento dos municípios. Ainda se constitui um desafio a integração física dos destinos, o que exige investimento em infraestrutura de acesso e urbana, além de ações de promoção integrada da Rota das Emoções.

À consideração de questões, há mais de dez anos desde a criação oficial do Roteiro Integrado Ceará-Piauí-Maranhão, pelo Ministério do Turismo, e quantidade de notícias de jornais, revistas e *blogs* de viagem que divulgam a Rota das Emoções, como caso de sucesso e roteiro consolidado, esperava-se que a Rota das Emoções tivesse impacto maior ao turismo regional. No entanto, avanços e benefícios consideram-se inexpressivos, diante do que propõe o Ministério do Turismo, com o Programa de Regionalização, a ponto de se questionar se existe regionalização do turismo na Região Turística do Meio-Norte e se os benefícios são consequentes da implantação do roteiro turístico integrado, uma vez que ações desenvolvidas na região eram já executadas, independentemente da existência de roteiro integrado.

A Rota das Emoções, recebe estímulo do Sebrae e Ministério do Turismo, e intervenções públicas, na Região Turística onde se insere, são numerosas. Esperava-se, assim, encontrar gestão pública integrada e atuante, no papel central, em articulação de atores, atividades e processos da atividade turística e regionalização do turismo. Na verdade, constata-se gestão pública ausente e descomprometida, com pouco domínio sobre o tema de regionalização ou quase nenhuma informação consistente sobre roteiro integrado da Rota das Emoções. Trata-se de cenário pessimista, diante do insucesso dos resultados. Dados coletados, somados ao cenário de instabilidade político-econômica brasileira, mostram que a Rota das Emoções é subutilizada como instrumento de planejamento governamental e gestão pública dos territórios.

A complexidade da articulação política torna-se desafio e salienta diferenças sociais e espaciais, políticas governamentais próprias, diferentes culturas, estágios de desenvolvimento turístico e ritmos de trabalho distintos. O turismo envolve, na realização, diversos sujeitos sociais, inclui população local, turistas, agentes de mercado e poderes públicos, com diferentes expectativas, por vezes, divergentes.

Sujeitos produtores de turismo têm diferentes ideologias que sustentam políticas, estratégias e posturas diferenciadas, diante do fenômeno, perceptíveis em discursos e práticas. Para alguns grupos sociais, o turismo representa atividade redentora, salvadora da pátria, enquanto outros o consideram ação devastadora da

natureza, comprometedor da sociedade ou meramente econômica, diferente dos que percebem a atividade essencialmente cultural. Por um lado, é entendida como atividade concentradora de renda, ao contrário dos que a defendem como atividade distribuidora de emprego e ganho.

No entanto, não se pode pensar no turismo como solução da economia, apenas como algo colaborativo. A atividade turística é ambígua, pois, ao tempo em que promove riqueza, emprego e melhoria de vida, produz pobreza, exclusão social e fragmentação de espaço, por mais que, no discurso, pregue inclusão social e integração de destinos.

A regionalização do turismo e planejamento regional são formas de minimização de aspectos negativos que envolvem território e organização econômica, social, educacional, entre aspectos relevantes de planejamento do espaço público. Regionalizar não é apenas roteirizar destinos: é encontrar as partes do todo. É trabalhar um conjunto de decisões, que, integradas e em sintonia com políticas estadual e federal, constituem base sólida à consolidação do turismo como atividade econômica relevante.

Enfatiza-se o modelo do turismo que se deseja desenvolver e se quer envolvido com setores da administração pública, sobretudo, políticas globais, econômicas e sociais. O território precisa de gestão proativa e definição de estratégias que garantam alcance de objetivos. Desenho de perspectivas requer compreensão profunda da realidade local. Com vontade política e envolvimento do Estado, é possível articular atores envolvidos com o processo de regionalização e promoção de desenvolvimento turístico integrado às necessidades amplas do território, em dimensões econômica, social, ambiental e política.

A falta de informações do fluxo turístico tem rebatimentos negativos na atividade turística. Não há detalhamento da demanda atual e do potencial do turismo no Piauí, por não haver coleta de informações específicas em nível quantitativo. Sem essas informações, planejamento, gestão e captação de investimentos ficam inviáveis. São ainda questões que interferem no desenvolvimento do turismo a infraestrutura de acesso deficitário e dependente da capital Teresina.

A atividade turística no Estado do Piauí é regida por políticas públicas e privadas de turismo que foram responsáveis pela estrutura da Rota das Emoções. Contudo algumas transformações infraestruturais não atendem a objetivos sociais, tem direcionamento ao mercado, o que gera a concentração de riqueza para lugares

e pessoas. A condição de pobreza que marca os quatro municípios do Piauí objeto de estudo, pouco se alterou com a constituição da Rota das Emoções, apenas passaram a fazer parte de um pacote indutor do turismo, que espetaculariza a pobreza e a transforma em atrativo turístico, tendo por vezes o pescador, o artesanato e agricultor familiar como “produto turístico” vendido.

O turismo adquire significado na sociedade contemporânea, pelas alterações que provoca nos territórios. O arcabouço teórico analisado com categorias base da geografia e o turismo, contribuem para embasar e conceituar cientificamente o turismo, o que perpassa pela análise das ações governamentais no Brasil e Piauí.

A criação da Rota das Emoções, contribuiu para unir os atrativos Parque de Jericoacoara, Lençóis Maranhenses e Delta do Parnaíba, em um só produto. Contudo os estágios em que se encontram os três atrativos são distintos, assim como as políticas públicas de turismo do Maranhão, Ceará e Piauí, a Rota não apresenta a mesma rentabilidade e não é comercialmente viável para os três estados. Apesar da mudança de imagem do Nordeste brasileiro, da atração de turistas para as praias a realidade de pobreza e seca permanecem. O turismo não foi capaz de mudar a realidade, que não tem como raiz as características naturais. A política de oligarquia que mantém as famílias dos coronéis no poder; a falta de interesse público; a falta de capacidade empreendedora populacional, resultado de uma educação deficiente; o bem estar particular sobreposto ao bem estar comum. Essas são questões que contribuem para a ocupação desordenada do território, agravamento da concentração de renda, degradação de áreas naturais, limitações técnicas e tecnológicas.

A imagem comercializada da região Nordeste gera transformações de caráter territorial e econômico, a atividade turística é um dos principais vetores econômicos do Nordeste. Quando comparado com os estados da região Nordeste o Piauí, foi o último a receber os recursos do PRODETUR Nacional. Quando analisado o resultado do investimento, as obras são mínimas se considerado o montante aplicado na Rota das Emoções. Entre os anos de 2004 a 2017, apesar de terem sido desenvolvidos alguns projetos na Rota das Emoções, as mudanças não foram significativas na infraestrutura básica e infraestrutura turística.

O turismo enquanto política pública trouxe mudanças mínimas na espacialização dos municípios. A implementação do Programa de Regionalização do Turismo não gerou a desconcentração territorial do turismo. Apesar do Estado do

Piauí fazer parte da Rota das Emoções a atividade turística da região se dá de forma lenta se comparado aos vizinhos Ceará e Maranhão. O turismo está vinculado ao segmento de sol e praia, ecoturismo e turismo de aventura. Apesar de as áreas naturais serem a matéria prima da atividade turística os problemas de degradação são recorrentes.

Os municípios do Piauí foram beneficiados com o marketing da Rota das Emoções, além da estrutura de um roteiro que consegue gerar um fluxo turístico. O Delta do Parnaíba como um atrativo isolado não se constitui num atrativo capaz de gerar fluxo e ampliar a estadia dos visitantes. Contudo, se faz necessário que os municípios sejam estruturados, para residentes, que o serviço seja qualificado, que a comunidade se empodere do processo, que a política de turismo seja séria.

A atividade turística é oportunidade de mudança com abertura de postos de trabalho no estado. O turismo tem possibilitado alavancar o desenvolvimento dos municípios, há volume de investimentos econômicos direcionados à atividade turística, mas, as mudanças são lentas.

Assim defendemos a tese que os municípios turísticos do Piauí pouco cresceram social e economicamente, porque as políticas públicas de turismo do Estado são tímidas, embora em áreas da Rota das Emoções, tenham crescido substancialmente.

REFERÊNCIAS

- ÁVILA, V. F. **Cultura de sub/desenvolvimento e desenvolvimento local**. Sobral-CE: Edições UVA, 2006.
- ABBAGNANO, N. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Mestre Jou, 1982.
- AGÊNCIA DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO PIAUÍ. **ATI**. Disponível em: <<http://www.ati.pi.gov.br/index.php>>. Acesso em: 03 set. 2018.
- ALSTON, L. J.; MELO, M. A.; MUELLER, B.; PEREIRA, C. **Political institutions, policy making process and policy outcomes in Brazil**. ISNIE, 2004.
- ANDRADE, J. V. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2004.
- ANDRADE, M. C. **A terra e o homem no Nordeste: contribuição ao estudo da questão agrária**. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2005.
- ANUÁRIO Estatístico do Ministério do Turismo do Estado do Piauí. Governo do Estado do Piauí Secretaria do Planejamento Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí – CEPRO. 2014-2015. Disponível em: <<http://www.cepro.pi.gov.br>>. Acesso em: 02 set. 2017.
- ARAUJO, C. M.; CESAR, P. A. B. Dimensão político-institucional do turismo no Brasil. In: BENI, M. C. (Org.). **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri-SP: Manole, 2012.
- ARAÚJO, E. F. As políticas públicas de turismo na região Nordeste: novas ações do governo estadual cearense. **Revista Geografia em Atos**, Presidente Prudente, v.1, n.13, p. 22-35, jan. /jun. 2013.
- ARAÚJO, L. L. B.; DANTAS, E. W. C. Políticas públicas de turismo: um olhar para a Região Meio-Norte do Nordeste brasileiro. **Geosaberes**, Fortaleza, v. 6, n. 2, p. 222-236, nov. 2015.
- ARAÚJO, L. M.; MOURA, F. B. P. Expansão do turismo na zona costeira nordestina. In: CORIOLANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. Fortaleza: EdUece, 2007.
- ARAÚJO, R. J. R. **O Nordeste turístico e a Rota das Emoções na integração de destinos do Ceará, Piauí e Maranhão**. 2017. 173 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos) – Centro de Estudos Sociais Aplicados, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2017.
- ÁVILA, V. F. Pressupostos para formação educacional em desenvolvimento local. **Interações**, Campo Grande, v.1, n.1, p. 63-75, set. 2000.
- AZUL LINHAS AÉREAS. **Aeroporto Parnaíba – Santos Dumont**. Disponível em: <<https://voos.idealao.pt/aeroporto/Parnaiba-Santos-Dumont-PHB/>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

BAHL, M. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Protexito, 2004. 42p.

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL. **Informe técnico Etene macroeconomia, indústria e serviços**. Panorama do setor turístico do Nordeste. 2012.

BARBOSA, L. M. **Política territorial de turismo**: concepções e impactos do PRODETUR no Nordeste brasileiro. 2017. 278 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Centro de Ciências e Tecnologias, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2017.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARREIRO, T. P. F. **Proposta de roteiros turísticos no território de Fátima**. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2016. (Projeto).

BARTHOLO, R.; SANSELO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de base Comunitária**: experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

BAUMAN, Z. Programa Milênio. **Globo News**, 17 jan. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OcPD1pLdkoQ>>. Acesso em: 15 jun. 2015.

BECKER, B. A crise do Estado e a região: a estratégia da descentralização em questão. **Revista Brasileira de Geografia e Estatística**, Rio de Janeiro, ano 48, n.1, jan./mar. 1986.

_____. A Geopolítica na virada do milênio: logística e desenvolvimento sustentável. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C.; CORREA, R. L. (Orgs.). **Geografia**: conceitos e temas. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

_____. A geopolítica na virada do milênio: logística e desenvolvimento sustentável. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (Orgs.). **Geografia**: conceitos e temas. 14. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011. p.271-307.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2000.

_____. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC/SP, 1998.

_____. Cluster de turismo. In: BENI, M. C. (Org.). **Turismo**: planejamento estratégico e capacidade de gestão - desenvolvimento regional, rede de produção e clusters. Barueri, SP: Manole, 2012. p. 517-546.

_____. **Globalização do Turismo**: megatendências do setor e realidade brasileira. São Paulo: Aleph, 2004.

BOBBIO, N. **Estado, governo, sociedade**: para uma teoria geral da política. Tradução de: NOGUEIRA, M. A. 15. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

BONFIM, W. L. S. De Távora a Jereissati: duas décadas de política no Ceará. In: PARENTE, J.; ARRUDA, J. M. (Orgs.). **A era Jereissati**: modernidade e mito. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2002.

BONFIM, W. L. S.; SOUSA, I. N. Instituições políticas, cidadania e participação: a mudança social ainda é possível? **Revista Sociologia Política**, Curitiba, n.21, p.109-123, nov. 2003.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Tradução de: BAPTISTA, J. V. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

BRAGA, D.; MURAD JÚNIOR, E. Mercado de viagens corporativas. In: BRAGA, D. (Org.). **Agência de viagens e turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Decreto nº 448, de 14 de fevereiro de 1992**. Regulamenta dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991, dispõe sobre a Política Nacional de Turismo e dá outras providências. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1992/decreto-448-14-fevereiro-1992-343147-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

BRASIL. **Chegou a hora do turismo, afirma ministro**. Agência de Notícias do Turismo. 24 nov. 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5723-chegou-a-hora-do-turismo,-afirma-ministro.html>>. Acesso em: 25 nov. 2015.

BRASIL. Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba. **Plano de Ação para o Desenvolvimento Integrado da Bacia do Parnaíba**. Brasília, DF: TDA Desenhos & Arte Ltda., 2006.

BRASIL. **Constituição (1988). Constituição: República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. **Decreto nº 10.683/03**. Dispõe da Criação do Ministério do Turismo. Brasília, 2003.

BRASIL. **Decreto nº 4.084/61**. Dispõe sobre a criação da Divisão de Turismo e Certames. Brasília, 1961.

BRASIL. **Decreto nº 4.686, de 29 de abril de 2003**. Conselho Nacional de Turismo e dá outras providências. Brasília, 2003.

BRASIL. **Decreto nº 44.863, de 21 de novembro de 1958**. Institui a Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR). Brasília, 1958.

BRASIL. **Decreto nº 55, de 18 de novembro de 1966**. Define a política nacional de turismo, cria o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo, e dá outras providências. Brasília, 1966.

BRASIL. **Decreto nº 572, de 5 de fevereiro de 1962**. Dispõe sobre a extinção do COMBRATUR. Brasília, 1962.

BRASIL. **Decreto nº 7.157, de 9 de abril de 2010.** Discrimina ações do Programa de Aceleração do Crescimento - PAC a serem executadas por meio de transferência obrigatória, e dá outras providências. Brasília, 2010.

BRASIL. **Decreto nº 8.181, de 28 de março de 1991.** Dispõe nova configuração da gestão pública de turismo no Brasil. Brasília, 1991.

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008.** Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Brasília: CEDI, 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm>. Acesso em: 25 jun. 2018.

BRASIL. Ministério da Integração Nacional. **Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte.** Brasília: MiN, 2012.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Comissão do Meio Ambiente. **Projeto de Lei nº 2.892 que institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação SNUC.** Brasília: MMA, 1999.

_____. **Zoneamento Ecológico Econômico do Baixo Parnaíba.** Brasília: MMA, 2002.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Relatório Anual de Informações Sociais – RAIS.** Base de dados: dez. 2011. Brasília: MTE, 2013. Disponível em: <http://www.rais.gov.br/rais_sitio/index.asp>. Acesso em: 15 ago. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **65 Destinos indutores.** Disponível em: <<http://65destinos.blogspot.com.br/search/label/Competitividade>>. Acesso em: 12 jan. 2016.

_____. Ministério do Turismo. **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil 2006.** Brasília: MTur; FIPE, 2006.

BRASIL. Portaria nº 105, de 16 de maio de 2013. Institui o Programa de Regionalização do Turismo e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, 20 maio 2013. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/legislação/?p=93>>. Acesso em: 04 jul. 2017.

BRASIL. **Programa Nacional de Municipalização do Turismo:** retratos de uma caminhada. Estratégia e gestão. Brasília: Embratur, 2002.

BRASIL. **Turismo é uma das soluções para o Brasil, afirma ministro da Fazenda.** Agência de Notícias do Turismo. 24 nov. 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5722-turismo-%C3%A9-uma-das-solu%C3%A7%C3%B5es-para-o-brasil,-afirma-ministro-da-fazenda.html>>. Acesso em: 25 nov. 2015.

_____. **Caracterização e dimensionamento do turismo internacional no Brasil – 2012-2016.** Brasília: MTur; FIPE, 2016.

_____. **Anuário Estatístico de Turismo - 2013**. Brasília: Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, 2012. v.40.

_____. **Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**. Resumo Executivo. Brasília: MTur, 2010.

_____. **Avaliação do Programa Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**. Brasília: MTur, 2013.

_____. **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil**. Brasília, 2014.

_____. **Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro**. Brasília: MTur, 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 10 de out. 2015.

_____. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7. Roteirização**. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Descubra o Brasil: destinos e roteiros**. 2013. Disponível em: <<http://www.turismobrasil.gov.br/mtur.destino/index.do?active=1&level=1>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

_____. **Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil 2012-2016**. Brasília, 2012.

_____. **Estatísticas Básicas de Turismo Brasil**. Brasília, 2015.

_____. **Estatísticas básicas de turismo Brasil: Ano base 2015**. Brasília: MTur, 2016. Disponível em: <<http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/images/pdf/EstatisticasBasicasdoTurismo-Brasil2016-Anobase2015.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2017.

_____. **Mapa do turismo brasileiro**. 2016. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6472-piau%C3%ADtem-novo-mapa-tur%C3%ADstico.html>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

_____. **Marcos conceituais**. Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2017.

_____. **Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio Norte**. Brasília: MTur, 2008.

_____. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010: uma viagem pela inclusão**. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Plano Nacional do Turismo 2013-2016**. O turismo fazendo bem mais para o Brasil. Brasília: MTur, 2013.

_____. **Plano Nacional do Turismo:** diretrizes, metas e programas - 2003/2007. Brasília: MTUR, 2003.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo:** Diretrizes. Brasília: MTur, 2004.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.** Diretrizes Políticas. Brasília: MTur, 2004.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil:** Introdução à Regionalização do Turismo. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil:** Módulo Operacional 1: Sensibilização. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil:** Módulo Operacional 2: Mobilização. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil:** Módulo Operacional 4: Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do turismo Regional. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil:** Módulo Operacional 5: Implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil:** Módulo Operacional 6: Sistema de informações Turísticas do Programa. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil:** Módulo Operacional 8. Promoção e apoio à comercialização. Brasília, MTur, 2007.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil:** Módulo Operacional 9. Sistema de Avaliação e Monitoria. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil:** ação municipal para a regionalização do turismo. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil:** Formação de redes. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo:** diretrizes. Brasília: MTur, 2013.

_____. **Programa de regionalização do turismo - Roteiros do Brasil.** Diretrizes Políticas. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil:** Módulo Operacional 7. Brasília. 2007.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil:** introdução à regionalização do turismo. Brasília: MTur, 2007.

BRUWER, J. South African Wine Routes: Some Perspectives on the Wine Tourism Industry's Structural Dimensions and Wine Tourism Product. **Tourism Management**, p. 423-435, 2003.

BRUWER, J. **The potential of agricultural tourism**. South African Tourism Board (SATOUR): June, research Report Pretoria, 1990.

BRUYNE, P. **Dinâmica da pesquisa em Ciências Sociais: os pólos da prática metodológica**. 3. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1986.

BRUYNE, P.; HERMAN, J.; SCHOUTHEETE, M. **Dinâmica da pesquisa em Ciências Sociais: os polos da prática metodológica**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977. 252p.

BUARQUE, S. (Coord.). **Cadeia produtiva do turismo: cenários econômicos e estudos setoriais**. Recife: Sebrae, 2008.

BUHALIS, D. Marketing: the competitive destination of the future. **Tourism Management**, London, v. 21, n. 5, p. 97-116, feb. 2000. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517799000953>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

BUSSENS, A. M.; HAMABATA, K. M.; GONÇALVES, P. I. F. Importância do turismo para a preservação do patrimônio histórico-cultural. In: BAHL, M.; MARTINS, R. C. R.; MARTINS, S. F. (Orgs.). **O turismo como força transformadora do mundo contemporâneo**. São Paulo: Roca, 2005.

BUTLER, R.; HINCH, T. **Tourism and indigenous peoples**. London: Routledge, 1996.

CAMARGO, L. H. R. Ordenamento territorial e complexidade: por uma reestruturação do espaço social. In: ALMEIDA, F.G.; SOARES, L. A. (Orgs.). **Ordenamento Territorial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009. p.21-53.

CARLOS, A. F. A. **A cidade**. 7. ed. São Paulo: Contexto, 1999.

CASTILHO, C. J. M. A construção de uma Geografia consequente do Turismo: reflexão teórico-metodológica do Turismo à luz da análise socioespacial. In: CASTILHO, C. J. M.; SELVA, V. S. F. (Orgs.). **Turismo, políticas públicas e gestão dos ambientes construídos**. Recife: UFPE, 2012. p. 15-34.

CASTRO, I. E. O espaço político: limites e possibilidades do conceito. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORREA, R. L. (Orgs.). **Olhares geográficos: modos de ver e viver o espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

_____. **O mito da necessidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1992.

CAVALCANTI, A. P. B. **Sustentabilidade ambiental: perspectivas atuais de desenvolvimento**. Teresina: UFPI, 2003.

CAZELLA, A. A. Olhares disciplinares sobre território e desenvolvimento territorial. In: CAZELLA, A. A.; BONNAL, P.; MALUF, R. (Eds.). **Agricultura familiar, multifuncionalidade e desenvolvimento territorial no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009. p.25-46.

CAZES, G. Les littoraux en proie au tourisme. **Hérodote**, Paris, v. 3, n. 93, p.144-164, mar./avr. 1999.

CEPRO. Superintendência de Pesquisa econômica e sociais do Piauí. **Pesquisa Turística**. 2008. Disponível em: <<http://www.cepro.pi.gov.br/pesqturistica.php>>. Acesso em: 17 jan. 2019.

CEPRO. Superintendência de Pesquisa econômica e sociais do Piauí. **Anuário Estatístico do Piauí**. Teresina, 2000.

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xanã, 1996.

CONCIL OF EUROPE. **The Europe of Cultural Cooperation**. 2002. Disponível em: <www.culture.coe.fr/routes/eng/eitin2.0>. Acesso em: 10 jan. 2017.

CONSELHO DA EUROPA. **Carta Europeia de Ordenamento Territorial**. Lisboa: Direção-Geral de Ordenamento Territorial, 1988. Disponível em: <<http://tinyurl.com/cartaeuropeia>>. Acesso em: 15 mar. 2015.

CONSULTING AND AUDIT CANADA. European Commission, Directorate General for Enterprise policy, Distributive Trades, Tourism and Cooperatives. **Transnational partnerships in european tourism**: a discussion paper on goals, experiences and prospects. Canadá: CAC, 1995.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; GILBERT, D.; WANHHILL, S. **Tourism**: principles and practice. London: Pitman Publishing, 1993.

COOPER, C.; HALL, C. M.; TRIGO, L. G. **Turismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CORIOLOANO, L. N. M. T. **Arranjos produtivos do turismo comunitário**: atores e cenários em mudança. Fortaleza: EdUECE, 2009.

_____. O desenvolvimento voltado às condições humanas e o turismo comunitário. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; LIMA, L. C. (Orgs.). **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003. p.26-44.

_____. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

_____. Os limites do desenvolvimento do turismo. In: CORIOLOANO, L. N. M. T. **O turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: FUNECE, 2003.

_____. Turismo e meio ambiente: interfaces e perspectivas. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **O turismo e a relação sociedade-natureza**: realidades, conflitos e resistências. Fortaleza: EdUECE, 2007.

_____. Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios. In: LEMOS, A. I. G.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. (Orgs.). **América Latina: cidade, campo e turismo**. Buenos Aires: CLACSO; São Paulo: USP, 2006. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/21coriol.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2017.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; FERNANDES, L. M. M. Turismo: ações e contradições da realidade cearense. In: SILVA, J. B.; CAVALCANTE, T.; DANTAS, E. (Orgs.). **Ceará: um novo olhar geográfico**. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2005. p. 383-410.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; LIMA, A. C. G. A contribuição do turismo ao desenvolvimento na escala humana. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **Turismo, território e conflitos imobiliários**. Fortaleza: EdUECE, 2012.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; SAMPAIO, C. A. Discursos e concepções teóricas do desenvolvimento e perspectivas do turismo como indução. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **Turismo, território e conflitos imobiliários**. Fortaleza: EdUECE, 2012.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; SILVA, S. B. M. **Turismo e Geografia: abordagens críticas**. Fortaleza: EdUECE, 2005.

CORREA, R. L. Corporação, práticas espaciais e gestão do território. **Anuário IGEO**, Rio de Janeiro, v.15, p.35-41, 1992. Disponível em: <http://www.anuario.igeo.ufrj.br/anuario_1992/vol_15_35_42.pdf>. Acesso em: 02 maio 2016.

_____. Espaço: um conceito-chave da geografia. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C., CORRÊA, R. L. (Orgs.). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

_____. **O espaço urbano**. 4. ed. Rio de Janeiro: Ática, 1999.

COSTA, F. R. O conceito de espaço em Milton Santos e David Harvey: uma primeira aproximação. **Revista Percurso – NEMO**, Maringá, v. 6, n. 1, p. 63-79, 2014.

COSTA, H. A. **Mosaico da sustentabilidade em destinos turísticos: cooperação e conflito de micro e pequenas empresas no roteiro integrado Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses**. 2009. 300 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável) - Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

COSTA, W. M. **Geografia Política e Geopolítica**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008.

COUNCIL OF EUROPE. **The Europe of Cultural Cooperation**. 2002. Disponível em: <www.culture.coe/fr/routes/eng/eitin2.0>. Acesso em: 14, set. 2017.

CRESWELL, J. W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens**. Tradução de Sandra Mallmann da Rosa; Revisão técnica: Dirceu da Silva. 3. ed. Porto Alegre: Penso, 2014.

CROTTS, J. C.; AZIZ, A.; RASCHID, A. Antecedents of supplier's commitment to wholesale buyers in the international travel trade. **Tourism Management**, v.19, n.2, p. 127-134, apr.1998.

CRUZ, R. C. A. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

_____. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2002.

_____. **Políticas de turismo e (re) ordenamento de territórios no litoral do Nordeste do Brasil**. 1999. 203 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

_____. Políticas públicas de turismo no Brasil: território usado, território negligenciado. **Geosul**, Florianópolis, v. 20, n. 40, p. 27-43, jan. 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/view/13234/12254>>. Acesso em: 16 set. 2015.

CURY, M. J. F. **Visitação em áreas naturais protegidas: estudo comparado dos Parques Nacionais Del Iguazú e do Iguaçu**. 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

DACHARY, A. A. C.; BURNE, S. M. A. El turismo y la sociedad de consumo. **Anuario Turismo y Sociedad**, Bogotá, v. 14, p. 65-82, nov.2013. Disponível em: <<http://revistas.uxternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3715/3848>>. Acesso em: 21 nov. 2015.

DALL'AGNOL, S. **Impactos do turismo x comunidade local**. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 7., 2012, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul: UCS, 2012. p.1-15. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tplV/SeminTur%20eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/gt02/arquivos/02/06_Dall_Agnol>. Acesso em: 20 mar. 2018.

DANTAS, E. W. C. Histórico da ocupação da zona costeira: uso e ocupação da zona costeira e seus impactos. In: CAMPOS, A. A. et al. (Orgs.). **A Zona Costeira do Ceará: diagnóstico para a gestão integrada**. Fortaleza: Aquasis, 2003. v. 4, p. 140-147.

_____. Nordeste brasileiro fragmentado: de uma região com bases naturais a uma de fundamentação econômica. In: SILVA, J. B.; DANTAS, E. W. C.; ZANELLA, M. E.; MEIRELES, A. J. A. (Orgs.). **Litoral e sertão: natureza e sociedade no nordeste brasileiro**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2006. p.23-43.

DANTAS, E. W. C.; FERREIRA, A. L.; CLEMENTINO, M. L. M. (Coords.). **Turismo e imobiliário nas metrópoles**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2010.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DRAIBE, S. M. Avaliação de implementação: esboço de uma metodologia de trabalho em políticas públicas. In: BARREIRA, M. C. R. N.; CARVALHO, M. C. B. (Orgs.). **Tendências e perspectivas na avaliação de políticas e programas sociais**. São Paulo: IEE/PUC/SP, 2001.

DREHER, M.; SALINI, T. **Regionalização e políticas públicas no turismo:** proposta bem (in) tencionada distante das práxis. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 5., 2008, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul: UCS, 2008.p.1-17.

DUTRA, A. S.; PEREIRA, R. M. F. A. O desenvolvimento turístico na Praia de Barra Grande – PI, induzido pela prática do *Kitesurf*. In: CARVALHO, F. M. C. **Turismo e artesanato:** atividades conexas para perspectiva sustentável. Curitiba: CRV, 2019.

ECHEVERRI, A. Medellín reescreve seus bairros. **Prumo**, Rio de Janeiro, v.2, n.3, jul. 2016. Disponível em: <<http://periodicos.puc-rio.br/index.php/revistaprumo/article/view/324/258>>. Acesso em: 14 set. 2018.

ECHEVERRI, R. **Identidade e território no Brasil**. Brasília: IICA, 2009.

ECHEVERRI, R. P. Emergência e Evolução do Programa de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais e nos Territórios da Cidadania. In: FAVARETO, A. **Políticas de Desenvolvimento territorial rural no Brasil:** avanços e desafios. Brasília: IICA, 2010. p. 81-112.

ELIAS, D. Reestruturação produtiva da agricultura cearense: rumo à desintegração competitiva e à fragmentação do espaço agrário. In: BORZACCHIELLO, J. S.; CAVALCANTE, T.; DANTAS, E. W. C. **Ceará:** um novo olhar geográfico. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2005.

EMPRESA BRASILEIRA DE INFRAESTRUTURA AEROPORTUÁRIA. **Guia do passageiro**. 2011. Disponível em: <<http://voos.infraero.gov.br/voos/index.aspx>>. Acesso em: 17 jan. 2019.

EUROPAEISCHE WEINSTRASSEN. **La Route de Vins, Europaeische Weinstrassen, Blaye**. 1999.

EVANS, P. **Autonomia e parceria:** Estados e transformação industrial. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

FAGENCE, M. Rural tourism and the small country town. **Tourism Recreation Research**, v.16, n.1, p.24-48, jan.1991.

FARIA, R. Avaliação de programas sociais: evoluções e tendências. In: RICO, E. M. (Org.). **Avaliação de políticas sociais:** uma questão em debate. São Paulo: Cortez; Instituto de Estudos Especiais, 2001. p.40-49.

FERNANDES, L. M. M. **O Ceará Turístico:** política de regionalização e governança. 2014. 360 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2014.

FERRAZ, J. A. **Regime jurídico do turismo**. Campinas: Papirus, 1992.

FERREIRA, J. M. C. Trabalho e sindicalismo no contexto da globalização. In: FERREIRA, J. M. C.; SCHERER-WARREN, I. (Orgs.). **Transformações sociais e dilemas da globalização:** um diálogo Brasil/Portugal. São Paulo: Cortez, 2002. p. 211-241.

FLEXOR, G.; LEITE, S. P. **Análise de políticas públicas**: breves considerações teórico-metodológicas. 2006. Disponível em: <<http://www.sep.org.br/artigo>>. Acesso em: 20 jan. 2010.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. **Travel & Tourism Competitiveness Report**, 2017. Disponível em: <<http://blog.panrotas.com.br/mktdestinos/index.php/2017/04/07/brasil-ocupa-27a-posicao-em-ranking-de-competitividade-no-turismo/>>. Acesso em: 13 mar. 2018.

FOUCAULT, M. **Em defesa da sociedade**: curso no College de France (1975-1976). São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FRATUCCI, A. C. Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico. **Revista GEOgraphia**, Niterói, v.2, n.4, p. 121-133, 2000.

FREYRE, G. **Manifesto Regionalista**. Brasília: Ministério da Educação e Cultura, 1926.

FULLER, P. Value adding, the regional wine experience. **Australian and New Zealand Wine Industry Journal**, p.35-39, 1997.

FUNDAÇÃO DE PESQUISA DE ESTUDOS ECONÔMICOS. **Caracterização e dimensionamento do turismo internacional no Brasil 2010- – 2014**. Brasília, 2012. Relatório Descritivo.

FUNDAÇÃO DE PESQUISA DE ESTUDOS ECONÔMICOS. **Caracterização e dimensionamento do turismo internacional no Brasil 2015- – 2016**. Brasília, 2016. Relatório Descritivo.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS. Ministério do Turismo. **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil – 2010/2011**. São Paulo: Ministério do Turismo, 2012.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS. **Meios de hospedagem**: estrutura de consumo e impactos na economia. Resumo executivo. Brasília: MTur; SEBRAE; EMBRATUR, 2006.

GADOTTI, M. A dialética: concepção e método. In: _____. **Concepção Dialética da Educação**. 7. ed. São Paulo: Cortez; Autores Associados, 1990. p. 15-38.

GETZ, D.; PAGE, S. J. **The Business of Rural Tourism**. New York: International Thomson Business Press, 1997.

GIL, A. **Estudo de caso**: fundamentação científica - subsídios para coleta e análise de dados - como redigir o relatório. São Paulo: Atlas, 2009.

GILBERT, D. Rural tourism and marketing: synthesis and new ways of working. **Tourism Management**, p.39-50, 1989.

GILES, T. R. **Introdução à Filosofia**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: EPU, 1979.

GOMES, D. O. B. **Mineração, turismo e ambiente em Pedro II, Piauí**. 2011. Tese (Doutorado em Geografia) - Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Rio Claro, SP, 2011.

GOMES, P. C. C. O conceito de região e sua discussão. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (Orgs.). **Geografia: conceitos e temas**. 7. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005. p.52-53.

GREFFE, X. Is Rural Tourism a Lever for Economic and Social Development? **Journal of Sustainable Tourism**, v.2, n.1-2, p.22-40, aug. 1994.

GUIA QUATRO RODAS. **Almanaque**. Brasil, 2009.

GUNN, C. A. **Tourism Planning**. New York: Crane Russak & Co., 1979.

HAESBAERT, R. Dilemas e conceitos: espaço-território e contenção territorial. In: SAQUET, M. A.; SPOSITO, E. S. (Orgs.). **Territórios e Territorialidades: teorias, processos e conflitos**. São Paulo: UNESP, 2015.

_____. **Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade**. 2004. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/petgea/Artigo/rh.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2016.

_____. Identidades territoriais: entre a multiterritorialidade e a reclusão territorial (ou: do hibridismo cultural a essencialização das identidades). In: ARAUJO, F. G. B. et al. (Orgs.). **Identidades e territórios: questões e olhares contemporâneos**. Rio de Janeiro: Acess, 2007.

_____. **Regional-global: dilemas da região e da regionalização na geografia contemporânea**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

_____. **Territórios alternativos**. São Paulo: Contexto, 2002.

_____. **Viver no limite: território e multi/transterritorialidade em tempos de insegurança e contenção**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.

HALL, C. M. **Introduction to tourism: development, dimensions and issues**. 3. ed. Sydney: Addison-Wesley; Longman, 1998.

HALL, C. M.; MACIONIS N. Wine Tourism in Australia and New Zealand. In: BUTHER, R.; HALL, C.M. **Tourism and Recreation in Rural Areas**. West Sussex: Wiley and Sons; Hall e Jenkins, 1998.

HALL, C. M.; SHARPLES, L.; CAMBOURNE, B.; MACIONIS, N. **Wine Tourism Around the World: developments, management and markets**. Oxford: Reed Educational and Professional Publishing, 2000.

HALL, J. (Org.). **Os Estados na história**. Rio de Janeiro: IMAGO, 2001.

HARVEY, D. **O enigma do capital: e as crises do capitalismo**. São Paulo: Boitempo, 2011.

HILL, B. J.; GIBBONS, D. **Sustainable Tourism Heritage Trails in Nebraska: Building a sustainable World through Tourism**. Montreal: Second Global Conference. 1994.

HOLLAND J.; DIXEY L.; BURIAN. M. Tourism in Poor Rural Areas: Diversifying the Product and Expanding the Benefits in Rural Uganda and The Czech Republic'. **PPT Working Paper**, London, n. 12, 2003.

HUBBERMAN, L. **História da Riqueza do Homem**. 21. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1986.

HUMMELBRUNNER, R.; MIGLBAUER, E. Tourism promotion and potential in peripheral areas: the Austrian case. **Journal of Sustainable Tourism**, v.2, n.1-2, p.41-50, 1994.

INSKEEP, E. **Tourism planning: an integrated and sustainable development approach**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo 2010**.

Disponível em:

<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/webservice/frm_piramide.php?codigo=220770&corhomem=3d4590&cormulher=9cdbfc>. Acesso em: 18 maio 2011.

_____. **Censo Demográfico Cajueiro da Praia – PI (2007)**. Disponível em: <<http://www.cepro.pi.gov.br>>. Acesso em: 2 out. 2011.

_____. **Cidades Piauí**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/pesquisa/10060/60147>>. Acesso em: 06 dez. 2006.

_____. **Cidades Piauí**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/pesquisa/10060/60147>>. Acesso em: 06 dez. 2018.

_____. **Dados do Censo 2010**. Brasília, 2010.

_____. **Indicadores de desenvolvimento sustentável: Brasil**. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. 352p.

_____. **Pesquisa Anual de Serviços**. Volume 12, 2010. 2012b. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Comercio_e_Servicos/Pesquisa_Anuual_de_Servicos/pas2010/pas2010.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2016.

_____. **Rendimento Domiciliar 2018**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23852-ibge-divulga-o-rendimento-domiciliar-per-capita-2018>>. Acesso em: 06 mar. 2018.

INSTITUTO CHICO MENDES DE BIODIVERSIDADE. **Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses**. Disponível em: <http://www.icmbio.gov.br/parnalencoismaranhenses/guia-do-visitante.html>. Acesso em: 24 mar. 2018.

INSTITUTO DE PESQUISA APLICADA. **Relatório sobre o desenvolvimento Humano**. Rio de Janeiro: IPEA/CE, 1996.

INSTITUTO DE PESQUISA ESTUDOS E CAPACITAÇÃO EM TURISMO. **Estudos de mercado dos polos turísticos do PRODETUR/ NACIONAL no Estado do Ceará**. São Paulo, 2011.

IOANNIDES, D.; DEBBAGE, K. **Economic geography and tourism**. New York/London: Routledge, 1997. Disponível em: <http://almatourism.unibo.it/article/view/3120/2519>. Acesso em: 2 set. 2016.

JAPIASSÚ, H.; MARCONDES, D. **Dicionário básico de filosofia**. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

KINKER, S. **Ecoturismo e conservação da natureza em Parques Nacionais**. Campinas: Papirus, 2000.

KUHN, T. S. **A estrutura das revoluções científicas**. Tradução de Beatriz Boeira e Nelson Boeira. 10. ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.

LEFEBVRE, H. **Espaço e política**. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

LEFEBVRE, H. **Lógica Formal. Lógica dialética**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1983.

LEW, A. Scenic Routes and rural development in the US. **Tourism Recreation Research**, v.16, n.2, p.23-30, jan.1991.

LIMA, B. **Projeto de Revitalização da Praia Pedra do Sal**. Parnaíba: Prefeitura Municipal de Parnaíba, 2016. No Prelo.

LIMA, R. M. **Turismo, políticas públicas e desenvolvimento: uma avaliação do Programa de Regionalização do Turismo nas cinco Regiões turísticas do Rio Grande do Norte (2004 – 2014)**. 2017. 355 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008.

LONG, P. T.; PERDUE, R. R.; ALLEN, L. Rural resident perceptions and attitudes by community level of tourism. **Journal of Travel Research**, v.28, n.3, jan. 1990.

LOSS, H. F.; SANTOS, A. **Rotas de investimentos, redes de parcerias político-empresariais: dois fluxos da turistificação desenvolvimentista do Nordeste brasileiro no contexto do “pós-milagre brasileiro”**. In: CIRCUITO DE DEBATES ACADÊMICOS, 1., 2011, Brasília. Anais... Brasília: IPEA, 2011. p.1-13.

LUCHIARI, M. T. P. Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: LIMA, L. C. (Org.). **Da cidade ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico**. Fortaleza: UECE, 1998.

LUNA, F. **Distribuição, status de conservação e aspectos tradicionais do peixe – boi marinho (*Trichechus manatus manatus*) no litoral Norte do Brasil**. 2001. Dissertação (Mestrado em Oceanografia) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2001.

MANN, M. O poder autônomo do Estado: suas origens, mecanismos e resultados. In: HALL, J. (Org.). **Os Estados na história**. Rio de Janeiro: IMAGO, 1992.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **O método dialético materialista**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARIANI, M. A. P.; MOURA, F. N. Territorialidades de atrativos turísticos em Unidades de Conservação: o caso da Gruta do Lago Azul em Bonito, MS. In: THOMAS, R. C. C.; MARIANI, M. A. P.; MORETO, E. C. (Orgs.). **O turismo rural e as territorialidades: na perspectiva do campo e da cidade**. Campo Grande, MS: UFMS, 2012.

MARTINS FILHO, J. **Dinâmica espacial e condicionantes para o desenvolvimento dos serviços ligados ao turismo no Piauí: uma leitura geográfica da organização do espaço litorâneo**. 2014. Recife. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

MATOS, F. O. **Formação e limitações regionais do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte (Brasil)**. 2013. 190 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Departamento de Geografia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013.

MATTHEWS, H. G.; RICHTER, L. K. Political science and tourism. **Annals of Tourism Research**, v.18, n.1, p.120-135, 1991.

MAVIGNIER, D. S.; MOREIRA, A. M. **Conhecendo história e geografia do Piauí**. Parnaíba: Gráfica Ferraz, 2007.

MAX-NEFF, M. **Desarrollo a escala humana: conceitos aplicaciones y algunas reflexiones**. Montevideo, Uruguai: Norman-Comunidad Redes, 1993.

_____. **O desarrollo a escala humana**. Barcelona: Icaria, 1994.

MAX-NEFF, M.; ELIZALDE, A.; HOPENHAYN, M. **Desarrollo a escala humana: uma opção para el futuro**. Chile: Cepaur & Fundación Dag Hammarskjöld, 1986.

MELO, M. A. As sete vidas da agenda pública brasileira. In: MICELI, S. (Org.). **O que ler na ciência social brasileira (1970-1995)**. São Paulo: Sumaré, 1999. v. 3, p. 59-100.

MEYER, D. **Tourism routes and gateways: key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for Pro-Poor Tourism**. Overseas Development Institute, 2004.

MINZBERG, H. The Design School: reconsidering the basic premises of strategic management. **Strategie Management Journal**, v.11, n.3, p. 171-195, mar./apr. 1990.

MINZBERG, H. The Structuring of Organizations. In: MINZBERG, H.; QUINN, J. B.; GOSHAL, S. (Eds.). **The Strategy Process**. Hertfordshire, UK: Prentice Hall Europe, 1995. p. 350-371.

MIOSSEC, J. M. Un modele de l'espace touristique. In: OPPERMANN, M.; CHON, K. S. (Eds.). **Tourism in Developing Countries**. London: International Thomson Business Press, 1977.

MOLINA, F. S. **A produção do espaço pelo e para o turismo: o caso da praia de Jericoacoara, Ceará, Brasil**. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DE AMÉRICA LATINA, 12., 2009, Montevideo. Anais... Montevideo: EGAL, 2009. p.1-16.

MORAES, A. C. R. **Contribuições para a gestão da zona costeira do Brasil: elementos para uma geografia do litoral brasileiro**. São Paulo: Annablume, 2007.

MOREIRA, R. O espaço e o contra espaço: as dimensões territoriais da sociedade civil e do Estado privado e do público na ordem espacial burguesa. In: SANTOS, M. et al. (Orgs.). **Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial**. 3. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

MORIN, E. **Para onde vai o mundo?** Tradução de Francisco Moraes. Petrópolis: Vozes, 2010.

MOSS, L. CBMT: place in community and the regional perspective. Contribution to Community-based Mountain Tourism Electronic Conference, Mountain Forum. In: GODDE, P. (Ed.). **Community-Based Mountain Tourism: Practices for Linking Conservation with Enterprise**. 1998.

MULLER, P. **Les politiques publiques**. 4. ed. Paris: Universitaires de France, 2000.

NÓBREGA, W. R. M.; FIGUEIREDO, S. L. Turismo e gestão pública: uma avaliação das instâncias de governança no Oeste do Estado do Pará. In: PIMENTEL; T. D.; EMMENDOERFER; M. L.; TOMAZZONI; E. L. (Orgs.). **Gestão Pública do Turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2014. p. 425-449.

NUNES, O. **Pesquisas para a história do Piauí**. São Paulo: Artenova, 1974. v. 1, 2, 3.

OLIVEIRA, C. D. M. Turismo religioso no Brasil: construindo um investimento sociocultural. In: TRIGO, L. G. G. (Org.). **Análises regionais e globais do turismo**. São Paulo: Roca, 2005. p. 325-344.

OLIVEIRA, F. **Direito do Ordenamento do Território**. Coimbra: Almedina, 2002.

_____. **Elegia para uma re(li)gião: SUDENE, Nordeste. Planejamento e conflito de classes**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981. 1993.

_____. **Noiva da Revolução: elegia para uma re(li)gião: Sudene, Nordeste, Planejamento e Conflito de Classes.** São Paulo: Boitempo, 2008.

OPEN AFRICA. **Information Relating to the African Dream Project.** Cape Town: Open Africa – website, 2002.

OPPERMANN, M.; BREWER, K. P. Location decision making in hospitality using GIS – a paradigm shift? In: PROSSEGER, G. (Ed.). **Australian Hospitality and Tourism Research Conference.** Coffs Harbour, Australia: Bureau of Research, 1996. p.279-288.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Chegada de turistas internacionais atinge recorde de 1,3 bilhão em 2017.** Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2018/08/1635612>>. Acesso em: 13 mar. 2018.

ORGANIZAÇÃO DE COOPERAÇÃO E DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO. **Trabalhando com o Brasil.** Disponível em: <<https://www.oecd.org/latin-america/Active-with-Brazil-Port.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2017.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Panorama OMT del turismo internacional.** Edição 2014. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/estatisticas_indicadores/downloads_estatisticas/OMT__Turismo_highlights_2014_sp.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2017.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** Campinas: Pontes, 2000.

OTERO, A. **CBMT: Tourist Development in Patagonia.** Contribution to Community-Based Mountain Tourism Electronic Conference, Mountain Forum. 1998.

PANOSSO NETTO, A. **O que é turismo.** São Paulo: Brasiliense, 2010.

PAVIANI, J. **Epistemologia prática: ensino e conhecimento científico.** Caxias do Sul: Educ, 2009.

PEARCE, D. **Tourism today: a geographical analysis.** New York/London: Logman, 1991.

PEREIRA, P. et.al. **Política social, trabalho e democracia em questão.** Brasília: Universidade de Brasília, 2009.

PIAUÍ. Governo do Estado. **Plano de Desenvolvimento Econômico Sustentável do Piauí 2050: macro tendências de investimentos produtivos e de infraestrutura nos segmentos estratégicos.** Produto 2. Teresina, out. 2013.

PIAUÍ. Secretaria Estadual do Planejamento. **Plano Diretor do Litoral do Piauí.** Teresina, 2002.

PLANO de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável. PRODETUR NACIONAL. Piauí, 2002.

PLANO de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável. PRODETUR NACIONAL. Piauí, 2012.

PLANO Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rotas das Emoções. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/publicacoes/item/26-plano-estrategico-de-desenvolvimento-do-turismo-regional-da-rota-das-emocoes.html>>. Acesso em: 04 set. 2016.

POLÍCIA MILITAR DO PIAUÍ. **Índices de criminalidade na área do 2º BPM**. Disponível em: <<http://www.pm.pi.gov.br>>. Acesso em: 20 jun. 2013.

POON, A. **Tourism, technology and competitive strategies**., Wallingford: CAB International, 1993.

PORTUGUEZ, A. P. **Geografia humana del bajo Rio Doce**. Ituiutaba: Barlavento, 2010.

_____. Turismo, planejamento socioespacial e patrimônio histórico-cultural. In: PORTUGUEZ, A. P. (Org.). **Turismo memória e patrimônio cultural**. São Paulo: Roca, 2004.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PARNAÍBA. **Projeto de Gestão Integrada e Participativa da Orla Marinha da Praia da Pedra do Sal - Parnaíba - Piauí**. Parnaíba: Superintendência de Turismo, 2016.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Human Development Report**. Chile, 1996.

PUTRICK, S. C.; CURY, M. J. F. As trilhas do Cavalo Marinho e do Peixe-Boi na Rota das Emoções: uma alternativa de turismo educativo na Área de Proteção Ambiental (APA) Delta do Parnaíba, Piauí, Brasil. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v.3, n. 17-18, p.1299-1308, 2016.

PUTRICK, S. C.; MARIANI, M. A. P.; SILVEIRA, M. A. T. Laços de cidadania no litoral do Piauí. Redes de articulação de turismo e pesca no litoral piauiense. **Revista Turismo Estudos & Práticas**, Mossoró, RN, v. 3, p.56-81, 2014.

PUTRICK, S. C.; SILVA, J. S.; SILVEIRA, M. A. T. **Desenvolvimento turístico da Rota das Emoções e as políticas públicas-Brasil**. In: ENCUENTRO DE GEÓGRAFOS DE AMÉRICA LATINA, 16., La Paz, Bolívia, 2017. Anais... La Paz, Bolívia: EGAL, 2017.

PUTRICK, S. C.; FERREIRA, S. R. S.; DENDASCK, C. V.; SBIZERA, C. L. G. A. Festa de Nossa Senhora da Conceição: evento como atrativo religioso de Luís Correia-PI. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, v. 1, n.6, p. 270-281, set.2017.

PUTRICK, S. C.; SILVEIRA, M. A. T.; CURY, M. J. F. Redes de articulação de turismo e pesca da Rota das Emoções no Estado do Piauí – Brasil. **Revista Perspectiva Geográfica**, Marechal Candido Rondon, v.11, n.15, p.198-206, jul./dez.2015. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/pgeografica>>. Acesso em: 14 jan. 2016.

RAFFESTIN, C. A produção das estruturas territoriais e sua representação. In: SAQUET, M. A.; SPOSITO, E. S. (Orgs.). **Territórios e territorialidades**: teorias, processos e conflitos. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

RAMOS, M. P.; SCHABBACH, L. M. O estado da arte da avaliação de políticas públicas. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v.46, n.5, p. 1272-1294, set./out. 2012.

REDE de Cooperação Técnica para Roteirização. Brasília: SEBRAE, 2007.

REIS, A. C. F. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**: o caleidoscópio da cultura. São Paulo: Manole, 2007.

RIBAS, L. C. C.; HICKENBICK, C. O papel de condutores ambientais locais e de cursos de capacitação no eco desenvolvimento turístico e as expectativas sociais no Sul do Brasil. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 143-165, abr. 2012.

RICHARDS, G.; HALL, D. The Community: a sustainable concept in tourism development? In: RICHARDS, G.; HALL, D. **Tourism and sustainable community development**. London: Routledge, 2000. p.1-23.

RITCHIE, J. R. B. Crafting a destination vision. In: RITCHIE J. R. B.; GOELDNER, C. R. (Eds.). **Travel, Tourism, and Hospitality Research**: a handbook for managers and researchers. 2. ed. New York: John Wiley & Sons, 1994. Chap.4, p.29-38.

RIVIANE, R. **Sistema e cadeia produtiva do turismo** (2012). Disponível em: <<http://robertariviane.files.wordpress.com/2012/02/fundamentos-de-turismo-sistur-e-cadeia.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2017.

ROBERTS, L.; HALL, D. **Rural tourism and recreation**: principles to practice. Oxford: CABI Publishing, 2001.

RODRIGUES, A. B. Desenvolvimento com base local como bandeira de uma política de emancipação e afirmação. In: SOUZA, M. J. **Políticas públicas e o lugar do turismo**. Brasília: Universidade de Brasília, 2002.

_____. **Enfoque geográfico do espaço turístico**: algumas reflexões. 2010. Disponível em:

<<http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal3/Teoriaymetodo/Metodologicos/01.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

_____. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

_____. **Turismo e espaço**: rumo ao um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. **Turismo e Geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 2001.

_____. Turismo e territorialidades plurais. In: LEMOS, A. I. G.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. (Orgs.). **América Latina: cidade, campo e turismo**. Buenos Aires: CLACSO; São Paulo: USP, 2006. p. 297-315.

_____. **Turismo: desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1999.

ROGERS, T.; MARTIN, V. **Eventos: planejamento, organização e mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

ROUSSEAU, J. J. **Do contrato social**. Tradução de Lourdes Santos Machado. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

SACHS, I. **Ecodesenvolvimento, crescer sem destruir**. São Paulo: Vértice, 1986.

_____. Environnement et styles de développement. **Annales - Economies, Sociétés, Civilizations**, Paris, v.29, n. 3, p.553-570, 1974.

SANTOS, B. S. **As tensões da modernidade**. 2002. Disponível em: <www.dhnet.org.br/direitos/militantes/boaventura/boaventura4.html>. Acesso em: 14 jun. 2017.

_____. Por que é tão difícil construir uma teoria crítica? **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, n. 54, p.197-215, jun. 1999. Disponível em: <<https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/10808/1/Porque%20%C3%A9%20t%C3%A3o%20dif%C3%ADcil%20construir%20uma%20teoria%20cr%C3%ADtica.pdf>>. Acesso em: 29 jan. 2014.

SANTOS, G. E.; FAGLIARI, G. E. Peregrinação e turismo: as novas rotas “religiosas” do Brasil. **Revista Turismo - Visão e Ação**, Balneário Camboriú, SC, v. 5, n.1, jan./abr. 2003.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

_____. **Economia espacial: críticas e alternativas**. 2. ed. São Paulo: USP, 2011.

_____. O dinheiro e o território. In: SANTOS, M. et. al. **Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial**. 3. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

_____. **Por uma Geografia Nova: da crítica da Geografia a uma Geografia Crítica**. São Paulo: HUCITEC, 2002.

_____. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

_____. **Técnica, Espaço, Tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SANTOS, D. S. Dimensões da sustentabilidade: um olhar sobre o ecoturismo na APA do Delta do Parnaíba/PI. In: CARVALHO, F. M. C. (Org.). **Turismo e artesanato: atividades conexas para uma perspectiva sustentável**. Curitiba: CRV, 2019.

SAQUET, M. A. **Abordagens e concepções de território**. São Paulo: Outras Expressões, 2013.

SAWYER, E. J.; TASSO, J. P. F.; ASSAD, L. T. (Orgs.). **Turismo Sustentável: projeto de desenvolvimento do turismo sustentável nas regiões dos Lençóis Maranhenses, Delta do Parnaíba, Serra da Capivara e Jericoacoara**. Brasília: IABS, 2010.

SCÓTOLO, D.; PANOSSO NETTO, A. Contribuições do turismo para o desenvolvimento local. **CULTUR - Revista de Cultura e Turismo**, Ilhéus, v.9, n.1, p.36-59, fev. 2015. Disponível em: <www.uesc.br/revistas/culturaeturismo>. Acesso em: 20 mar. 2018.

SELIN, S. Collaborative alliances: new interorganisational forms in tourism. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, p. 217-227, 1993.

SERAFIM, M. P.; DIAS, R. B. Análise de Política: uma revisão da literatura. **Revista do Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social**, v.3, n.1, p. 121-134, jan./jun. 2012. Disponível em: <http://www.periodicos.adm.ufba.br/index.php/cgs/article/viewFile/213/pdf_22> Acesso em: 04 jun. 2015.

SILVA, A. C.; VIDAL, M.; PEREIRA, M. G. Impactos ambientais causados pela mineração e beneficiamento de caulim. **REM: Rev. Esc. Minas**, Ouro Preto, v. 54, n. 2, abr./jun.2006.

SILVA, J. B. **Nas trilhas da cidade**. Fortaleza: Museu do Ceará; Secretaria de Cultura e Desportos, 2001.

SILVA, J. C. O conceito de território na Geografia e a territorialidade da prostituição. In: RIBEIRO, M. Â. (Org.). **Território e prostituição na metrópole carioca**. São João do Miriti – RJ: Ecomuseu Fluminense, 2002.

SILVA, M. M. M. **O turismo nas ondas do litoral e das políticas públicas do Piauí**. 2013. 198 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

SILVA, M. R. F.; SANTOS, N. P. Demanda turística no Brasil e os caminhos para o turismo sustentável. In: SEABRA, G. F.; PORTUGUEZ, A. P. (Orgs.). **Turismo sertanejo: patrimônio cultural e realidade social em comunidades**. Ituiutaba: Barlavento, 2014. 231p.

SILVEIRA, M. A. T. **Geografia aplicada ao turismo: fundamentos teórico-práticos**. Curitiba: InterSaberes, 2014.

_____. Turismo e estratégias de desenvolvimento local. **Interações**, Campo Grande, MS, v. 7, n. 11, p. 129-140, set. 2005.

_____. **Turismo, políticas de ordenamento territorial e desenvolvimento:** um foco no estado do Paraná no contexto regional. 2002. Tese (Doutorado em Geografia) – Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

SINGER, P. **Economia política da urbanização:** à guisa de introdução: urbanização e classes sociais. São Paulo: Cultura, 1987.

SOARES, C. **Turismo e integridade ambiental:** realidades e conflitos na paisagem litorânea (estudo de caso). Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2011.

SOUZA NETO, G. F. **A modernização do litoral cearense:** território, Estado e políticas públicas. 2018. 194 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2018.

SOUZA, C. F.; FALKEMBACH, C. B.; DAVAL, S. *et al.* **Turismo no Brasil:** termo de referência para atuação do sistema SEBRAE. Brasília: SEBRAE, 2010.

SOUZA, M. A. **A cadeia turística.** Fortaleza: BNB; ETENE, 2000.

SOUZA, M. J. N. Bases naturais e esboço do zoneamento geoambiental do estado do Ceará. In: LIMA, L. C. **Compartimentação territorial e gestão regional do Ceará.** Fortaleza: FUNECE, 2000.

SPOSITO, E. S. **Geografia e Filosofia:** contribuição para o ensino do pensamento geográfico. São Paulo: UNESP, 2004.

STEIL, C. A.; CARNEIRO, S. S. Peregrinação, turismo e nova era: caminhos de Santiago de Compostela no Brasil. **Revista Religião & Sociedade**, Rio de Janeiro, v.28, n.1, p.105-112, jul. 2008. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0100-85872008000100006>>. Acesso em: 15 jan. 2019.

SUERTEGARAY, D. M. A. Notas sobre epistemologia da Geografia. **Cadernos Geográficos**, Florianópolis, n. 12, p.1-64, maio 2005. Disponível em: <<http://cadernosgeograficos.ufsc.br/files/2016/02/Cadernos-Geogr%C3%A1ficos-UFSC-N%C2%BA-12-Notas-sobre-a-Epistemologia-da-Geografia.-Maio-de-2005.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

TILDEN, F. **Interpreting our Heritage.** Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1977.

TRIGO, L. G. G. **Turismo e qualidade:** tendências contemporâneas. Campinas: Papirus, 1993, 1996.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TSÉ-TUNG, M. **A Filosofia de Mao Tsé-Tung.** Belém: Boitempo, 1979.

TULIK, O. Recursos naturais e turismo: tendências contemporâneas. **Turismo em Análise**, São Paulo, v.4, n.2, p.26-36, 1993.

URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. Tradução de Carlos Euenio Marcondes de Moura. São Paulo: Estudio Nobel; Sesc, 1996.

VASCONCELOS, F. P.; CORIOLANO, L. M. T. Impactos sócio-ambientais no litoral: um foco no turismo e na gestão integrada da zona costeira no Estado do Ceará/Brasil. **Revista de Gestão Costeira Integrada**, Lisboa, v.8, n.2, p.259-275, dez.2008.

VERA, J. F. et al. **Análisis territorial del turismo**. España: Ariel, 1997.

VIEIRA, A. F.; PUTRICK, S. C.; CURY, M. J. F. A Geografia, o desenvolvimento regional e o turismo na Ilha das Canárias, estado do Maranhão-MA-Brasil. **Geographia Opportuno Tempore**, Londrina, v. 1, n. 2, p.537-553, jul./dez.2014.

WONG, J. D. The impact of tourism on local government expenditures. **Growth & Change**, v. 3, n.3, p.313-326, jun.1996. Disponível em: <<http://search-ebshost-com.ez76.periodicos.capes.gov.br/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=9612021945&lang=pt-br&site=ehost-live>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL. **South Africa's Travel and Tourism Economic Driver for the 21th Century**. London: WTTC, 1998.

YÁZIGI, E. **Saudades do futuro: por uma teoria do planejamento territorial do turismo**. São Paulo: Plêiade, 2009.

YIN, R. K. **Case study research: desing and method**. 4.th. ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 2009.

ZAGZEBSKI, L. O que é conhecimento? In: GRECO, J.; SOSA, E. **Compêndio de epistemologia**. São Paulo: Loyola, 2012.

ZAMATTARO, D. **Turismo científico**. 2008. Disponível em: <<http://cienciaeturismo.blogspot.com/2008/04/introduo.html>>. Acesso em: 10 nov. 2010.